LN-Dossier 7 // März 2013

LATEIN AMERIKA NACHRICHTEN

Schutzgebühr 2,- Euro

DOSSIER

MEDIEN UND MACHT IN LATEINAMERIKA // Staatsnähe, Medienkonzentration und Gegenöffentlichkeit

// IMPRESSUM

HERAUSGEBER: LATEINAMERIKA NACHRICHTEN

Erscheint als Dossier Nr. 7 innerhalb der LN 465 (März 2013) sowie als separate Themenbroschüre.
Redaktion: Redaktionskollektiv der Lateinamerika Nachrichten
V.i.S.d.P. Claudia Fix

// KONTAKT
Gneisenaustr. 2a, D – 10961 Berlin
Tel: 030 / 694 61 00, Fax: 030 / 692 65 90
www.lateinamerika-nachrichten.de
LN-Redaktion: redaktion@LN-Berlin.de
Bestellungen und Informationen zum LN-Abo: abo@LN-Berlin.de

Titelfoto: Benjamin Keuffel // Streetart aus San José, Costa Rica

MEDIEN UND MACHT IN LATEIN-AMERIKA

STAATSNÄHE, MEDIENKONZENTRATION UND GEGENÖFFENTLICHKEIT

Foto: Steffen Leidel

4 **Medien und Macht in Lateinamerika** // Staatsnähe, Medienkonzentration und Gegenöffenlichkeit

6 **Medienmacht außer Kontrolle** // Zwei TV-Giganten bestimmen den mexikanischen Medienmarkt – mit klarer politischer Präferenz

8 **Information aus klarer Quelle** // Interview mit Heriberto Paredes Coronel, Mitbegründer der Autonomen Nachrichtenagentur *S*ubVersiones

11 **Presse, Macht und Demokratie** // Die honduranische Medienoligarchie ist ein besonderer Machtfaktor im Staat

13 **„Wir bleiben auf Sendung!“** // Interview mit dem Radioaktivisten Juan Vásquez vom Sender La Voz Lenca

15 **Kingstons sprechende Wände** // Graffitis und Murals als Gegenöffentlichkeit der jamaikanischen Metropole

18 **Mythen über Medien** // Venezuela verfügt über eine ausgeprägte Meinungs- und Medienvielfalt

22 **„Mehr Räume wie diesen erobern“** // Interview mit Maigualida Pérez vom alternativen Fernsehsender Calipso TV

24 **Fernbedienung allein reicht nicht** // Interview mit João Brant von Intervozes – Kollektiv für Soziale Kommunikation

27 **Zukünftig crossmedial?** // Die Medien der Favelas: Stadtzeitungen, Blogs, Videos und Community-Radios

30 **Duopol für den Neoliberalismus** // Die chilenischen Printmedien befinden sich in der Hand zweier Medienkonzerne

32 **Wir machen unsichtbare Themen sichtbar** // Interview mit den chilenischen Radioaktivisten Juan Schilling und Gabriel Rojas vom Radiokollektiv Lorenzo Arenas

35 **Medien über Medien**

MEDIEN UND MACHT IN LATEINAMERIKA

STAATSNÄHE, MEDIENKONZENTRATION UND GEGENÖFFENLICHKEIT

Cristina Fernández de Kirchner „begann die privaten Medien zu bekämpfen", kritisierte die *FAZ* am 19. Februar 2013 in einem Porträt der argentinischen Präsidentin. Am selben Tag konnte die bekannte Bloggerin Yoani Sánchez aus Kuba nach Brasilien reisen und sorgte damit nicht nur für internationale Berichterstattung, sondern bei ihrer Ankunft auch für Demonstrationen in Recife. Nur einen Tag zuvor hatte die Nichtregierungsorganisation Reporter ohne Grenzen per Pressemitteilung den wiedergewählten ecuadorianischen Präsidenten Rafael Correa aufgefordert, „kritische Journalisten nicht länger zu diffamieren und restriktive Mediengesetze zurückzunehmen". Das Verhältnis zwischen Medienkonzernen, Medienmacher_innen und staatlicher Macht in Lateinamerika scheint aktueller und brisanter denn je. Doch warum?

Medien und Macht – in den meisten lateinamerikanischen Ländern ist das Verhältnis zwischen der „Vierten Gewalt" und dem Staat seit Jahrzehnten von großer Nähe zwischen den Medienkonzernen, von denen sich viele seit mehreren Generationen in der Hand einiger weniger Familien befinden, und den Mächtigen geprägt. Im medialen Alltag Lateinamerikas produzieren die großen Mediengesellschaften in unterschiedlichen Formaten immer dieselben Inhalte. Crossmedial werden beispielsweise die Themen und Protagonist_innen der Feierabendserien in eigenen Zeitschriften und Internetseiten, bei Talkshows und Veranstaltungen immer neu aufbereitet und an die Frau, den Mann oder das Kind gebracht. Und in fast allen Ländern wird die privatwirtschaftlich organisierte Berichterstattung nicht durch ein öffentlich-rechtliches Rundfunksystem ergänzt oder „ausgewogen" gestaltet.

Ökonomisch und juristisch liegen die Wurzeln dieser Medienkonzentration meist in der Zeit der Militärdiktaturen. Roberto Marinho, Gründer des brasilianischen Medienimperiums Globo, sendete sein erstes TV-Programm zu Beginn der Diktatur. Am Ende der Militärherrschaft war seine Macht größer als die der Generäle. Von Tancredo Neves, dem ersten wieder demokratisch gewählten Präsidenten, ist die Aussage überliefert: „Ich lege mich mit dem Papst an, ich streite mich mit der katholischen Kirche, mit meiner Partei PMDB, mit aller Welt, aber ich streite mich nicht mit dem Doktor Roberto Marinho!". Auch in Chile beruht das faktische Duopol in den Printmedien auf der guten Zusammenarbeit der beiden größten Medienkonzerne mit den Machthabern der Militärdiktatur. Und innerhalb des mexikanischen TV-Duopols ist die Marktmacht von Televisa untrennbar mit der 71-jährigen Herrschaft der PRI, der Revolutionären Institutionellen Partei, verbunden.

Heute treffen mehr Mitte-Links-Regierungen als jemals zuvor die politischen Entscheidungen auf dem lateinamerikanischen Kontinent, was auch die Medienpolitik einschließt. Sie stoßen dabei auf ein Mediensystem, das nicht der ausgewogenen Berichterstattung und der Beachtung journalistischer Standards verpflichtet ist, sondern die politischen Interessen ihrer Eigentümer_innen vertritt. Auch Reporter ohne Grenzen kritisiert Brasilien in einem Bericht als „das Land der 30 Berlusconis". Politische Reformen der Mediengesetzgebung im Sinne einer Demokratisierung von Frequenzen und Inhalten oder einer Einführung von öffentlich-rechtlichen Medien erzeugen aber erbitterten Widerstand der betroffenen Medienkonzerne. Venezuela, Argentinien und Brasilien sind nur drei aktuelle Beispiele, in denen neue Mediengesetze von großen politischen Auseinandersetzungen begleitet wurden und werden.

Dabei sind die traditionellen Medienkonzerne eigenständige politische Akteure, die aktiv in innenpolitische Auseinandersetzungen eingreifen oder

„ihre“ politischen Kandidat_innen lancieren. Hier sind die Wahlwerbung des mexikanischen Senders Televisa im Präsidentschaftswahlkampf 2012 oder die Unterstützung des Putsches in Honduras durch Fernsehsender und Zeitungen im Jahr 2009 gute Beispiele.

In Deutschland wiederum ist – unter anderem durch die Zeitungskrise – die Zahl der Auslandskorrespondent_innen seit Jahren rückläufig und Beiträge lateinamerikanischer Medien werden oft unkritisch übernommen. Dieses Medien-Dossier der *LN* will deshalb über die Hintergründe der lateinamerikanischen Berichterstattung informieren und gleichzeitig alternative Medien bekannter machen.

Denn so stark die geballte Medienmacht auch ist, so vielfältig sind auch die Versuche, die immer gleichen Botschaften der Medienkonzerne durch eigene zu ersetzen. Die „Empfänger_innen“ haben längst begonnen, das Menschenrecht auf Kommunikation einzufordern und kritische Fragen zu stellen: Warum spielen in meiner Lieblingsfernsehsendung eigentlich so wenige Menschen eine Rolle, die so aussehen wie ich? Und wenn, warum dann nur als Täter_innen oder Opfer von Gewalt? Warum kommt das, was in meinem Stadtteil mit tausenden von Bewohner_innen passiert, eigentlich nie in den Nachrichten vor? Warum erfahre ich so viel über das Leben der reichen und schönen Weißen, aber nichts, was mir im Alltag weiterhilft? Wieso haben wir als Indigene keine eigenen Medien in unserer Sprache, die uns die ILO-Konvention 169 garantiert?

Das Menschenrecht auf Kommunikation, das allen nicht nur das theoretische Recht auf Meinungsäußerung, sondern tatsächlichen Zugang zu Medien garantiert, wurde in den letzten zwei Jahrzehnten von vielen sozialen Bewegungen gefordert. In Venezuela garantiert es die neue Verfassung von 1999, die eine Fülle von Neugründungen alternativer Medien auslöste. Viele Bewegungen befürworten auch den Aufbau öffentlich-rechtlicher Medien, auch wenn diese allein keine „Ausgewogenheit“ der Berichterstattung garantieren.

Ob in den Favelas der Maré in Rio de Janeiro, in ländlichen indigenen Gemeinden oder auf den Wänden des jamaikanischen Kingston – überall versuchen Menschen ihre eigene Sicht auf ihre Wirklichkeit auszudrücken und zu verbreiten. Die Ernsthaftigkeit und der Spaß, den sie dabei empfinden, vermitteln sich live on air, über Fotoausstellungen, Texte oder über coole Sprüche an rauen Wänden. Hilfreich ist dabei die zunehmende Verbreitung des Internets: Blogs und Internetradios, selbst Internet-TV, sind kostengünstig zu produzieren und haben ein immer größeres Publikum – auch wenn in vielen Gegenden Radiowellen oder bedrucktes Papier noch die meisten Menschen erreichen.

Dass kritischer Journalismus auch gefährlich ist, zeigt sich aktuell besonders in Mexiko und in Honduras. Im vergangenen Jahr wurden sechs mexikanische Journalist_innen ermordet, seit dem Jahr 2000 waren es mindestens 66, weitere zwölf werden vermisst. Und nach den Recherchen der Journalist_innen-Organisation Artikel 19 sind es nur in jedem zweiten Fall die Drogenkartelle, die mexikanische Journalist_innen bedrohen. In allen anderen Fällen sind es staatliche Stellen. Auch in Honduras wurden 2012 zwei Journalisten Opfer einer Ermordung, die in direktem Zusammenhang mit ihren Recherchen stand. In den vergangenen drei Jahren sind dort mindestens 29 Journalist_innen ermordet worden.

Aus der Fülle dieser Themen haben wir für dieses Dossier eine Auswahl von sechs Ländern getroffen: Mexiko, Honduras, Jamaica, Venezuela, Brasilien und Chile. Zu fünf der Länder thematisiert ein Beitrag das Verhältnis zwischen Politik, Wirtschaft und Medien. Ergänzt wird dies durch ein Interview oder ein Feature über ein Projekt kritischer Gegenöffentlichkeit. Dabei war uns wichtig, dass die Beiträge möglichst unterschiedliche Medienformate vorstellen: Eine alternative Nachrichtenagentur in Mexiko, kommunales indigenes Radio in Honduras, Streetart in Jamaica, einen alternativen Fernsehsender in Venezuela, verschiedene Favela-Medien in Brasilien und ein Radioprojekt in Chile sollen ein möglichst vielfältiges Bild von lateinamerikanischer Gegenöffentlichkeit skizzieren.

Begleitet werden die Texte von Streetart-Fotos aus der Länderauswahl sowie aus Argentinien, Guatemala und Costa Rica. An dieser Stelle herzlichen Dank an alle Fotograf_innen sowie das Goethe-Institut in Mexiko, das uns viele Fotos zur Verfügung stellte.

//LN

MEDIENMACHT AUSSER KONTROLLE

ZWEI TV-GIGANTEN BESTIMMEN DEN MEXIKANISCHEN MEDIENMARKT – MIT KLARER POLITISCHER PRÄFERENZ

Ohne die Medienunternehmen Televisa und TV Azteca findet in Mexiko kaum eine Nachricht größere Verbreitung. Selbst die Politik ist von der geballten Medienmacht abhängig. Das Ende des Duopols ist daher eine zentrale Forderung der Protestbewegung #YoSoy132.

Fernsehen ist das meistgenutzte Medium in Mexiko. Und in den allermeisten Fällen wird es von den beiden Unternehmen Televisa und TV Azteca produziert. Zusammen teilten sich die beiden Konsortien 2010 circa 98 Prozent des Publikums. Die während des Präsidentschaftswahlkampfs 2012 entstandene Protestbewegung #YoSoy132 stellte politische Maßnahmen gegen Televisa und TV Azteca daher allen anderen Forderungen voran. Die Vorwürfe gegen die Medienkonsortien: Korruption, Manipulation und die systematische Diffamierung politischer Gegner_innen. Aktuell kommt im Fall Televisas noch der Verdacht auf Drogenhandel hinzu, nachdem im August 2012 in Nicaragua sechs auf das Unternehmen zugelassene Lieferwagen mit neun Millionen US-Dollar und Spuren von Kokain aufgegriffen wurden. Doch bisher scheint das Duopol gegen jeden Skandal immun. Über das Fernsehen hinaus kontrollieren die beiden Konsortien eine Vielzahl von Radiosendern, Zeitschriften und Zeitungen. Andere Medienunternehmen spielen in der öffentlichen Meinungsbildung in Mexiko dagegen nur eine marginale Rolle. „Es ist notwendig anzuerkennen, dass die Medien eine Macht erreicht haben, welche die der politischen Institutionen übersteigt", analysierte Patricia Ortega Ramírez, Professorin der staatlichen Universität UAM-Xochimilco, 2010 die politische Einflussnahme des Fernsehens.

Um die heutige Machtposition des TV-Duopols sowie die zahlreichen Proteste dagegen zu verstehen, muss man die mexikanische Mediengeschichte kennen. Denn die Konzentration war zu Beginn des kommerziellen Fernsehens in den 1950er Jahren politisch gewollt. Der damalige Präsident Adolfo Ruiz Cortines (1952 – 1958) sah in dem neuen Kommunikationsmittel die perfekte Möglichkeit, seine Botschaften im Land zu verbreiten. Das Fernsehen sollte schnell wachsen, Konkurrenz war unerwünscht. Die drei bestehenden Sender wurden daher unter dem Vorsitz von Emilio Azcárraga Vidaurreta, der bereits im Radiogeschäft tätig war, vereint. Diese laut Verfassung illegale Monopolbildung, schuf die Basis für das spätere Medienimperium Televisa, heute in dritter Generation von Emilio Azcárraga Jean geführt. Bis zur Gründung TV Aztecas 1993 behielt das Unternehmen die Monopolstellung.

Die gleichzeitige politische Machtkonzentration in der Revolutionären Institutionellen Partei (PRI), welche das Land 71 Jahre in Folge regierte, begünstigte so, was Ortega Ramírez als „Vernunftehe" bezeichnet. Das Monopol wurde nicht angetastet, die Politik der PRI unterstützt. Noch 1980 betonte Emilio Azcárraga Milmo, damaliger Chef des Konzerns: „Wir sind von der PRI, wir waren immer von der PRI, wir glauben an keine andere Formel. Als Mitglied unserer Partei werde ich alles tun, damit unser Kandidat gewinnt."

Heute scheint sich auf den ersten Blick daran nichts geändert zu haben. Der neue Präsident Enrique Peña Nieto gilt allgemein als Kandidat von Televisas Gnaden (siehe *LN* 463). Der zweite große Medienakteur TV Azteca ist ebenso wenig an einer kritischen politischen Berichterstattung interessiert. Repression gegen soziale Bewegungen wird verschwiegen oder, wenn dies nicht möglich ist – wie im Fall von Atenco, bei dem Peña Nieto eine Schlüsselrolle spielte (siehe *LN* 384) –, gerechtfertigt. Selbst einer allgemeinen Informationspflicht, wie der Übertragung der Debatte der Präsidentschaftskandidaten wollte die Fernsehanstalt auf

Foto: Aoztoc Enriquez Ramirez (Bean)

keinem ihrer Kanäle nachkommen. Auch Televisa übertrug die Debatte nicht auf seinem größten Kanal. Der fehlenden Aufmerksamkeit für Debatten stand eine ausschließlich positive Berichterstattung zu Peña Nieto gegenüber, zum Beispiel in Form unseriöser Umfragen. Die Zustimmung für Peña Nieto soll laut diesen bis zu 20 Prozentpunkte höher gelegen haben, als die für seinen schärfsten Konkurrenten Andrés Manuel López Obrador von der vergleichsweise linken Revolutionären Demokratischen Partei (PRD) – beim Wahltag waren es letztlich 6,5 Prozent Abstand.

Alles beim Alten also? Die mächtigsten Medien klar auf Linie der PRI? Berichte der britischen Tageszeitung *The Guardian* lassen die „Vernunftehe" heute in anderem Licht erscheinen. Bereits bei den Wahlen 2006, damals mit Felipe Calderón von der Partei der Nationalen Aktion (PAN) als schärfstem Konkurrenten López Obradors, wurde eine klare Kampagne gegen den PRD-Kandidaten gefahren – gegen Bezahlung. Dem *Guardian* vorliegende Dokumente benennen das Ziel: „López Obrador gewinnt die Wahlen 2006 nicht." Ein früherer Angestellter Televisas bestätigte dem *Guardian*: „Es gab eine Strategie und es gab einen Kunden, der viel Geld bezahlte." Die der Zeitung zugespielten Dokumente erwecken den Eindruck, dass sich Televisa auch die günstige Berichterstattung für Peña Nieto bezahlen ließ. Durch Wikileaks veröffentlichte Depeschen von US-Diplomat_innen in Mexiko bestärken den Verdacht. In Mexiko selbst erreichten diese Vorwürfe jedoch keine größere Öffentlichkeit und hatten weder politische noch juristische Konsequenzen.

Die aktuellen Vorwürfe zeigen jedoch, dass Televisa gegenüber der Politik inzwischen selbstbewusster auftritt. Ob PRI oder PAN: Die Politik zahlt Geld für eine positive Berichterstattung. Ein ehemaliger Mitarbeiter bestätigte dem *Guardian*: „Vergesst nie den Fakt, dass dies ein Unternehmen ist. Die Loyalität gilt der Position, nicht der Person." Und da Televisa und TV Azteca rund 60 Prozent der TV-Frequenzen sowie über 90 Prozent aller erteilten Sendelizenzen kontrollieren, führt der Weg in die breite Öffentlichkeit nur über sie. „Die politische Klasse hat vor diesen Sendern inzwischen Angst. Sie weiß, dass die Medien sie leicht fallen lassen können.", so Fabián Bonilla López, Dozent für politische Kommunikation an der Nationalen Autonomen Universität (UNAM). Der Fall des früheren Regierungssekretärs Santiago Creel Miranda (PAN) zeigt, dass diese Angst nicht unbegründet ist. Nach Kritik an Televisa wurde Creel 2008 von den Fernsehbildschirmen verbannt. Für Bonilla López stellt dies die Legitimation der mexikanischen Politik in Frage: „Wie soll man von Peña Nieto erwarten, dass er die Massenmedien angreift, wenn er doch ihre Dienste in Anspruch nahm, um an die Macht zu gelangen? Und wie kann man einer politischen Klasse vertrauen, die bereits vor Amtsantritt Kompromisse mit dieser faktischen Macht eingeht?"

Alternative Medien und Proteste in sozialen Netzwerken versuchen derweil eine Gegenöffentlichkeit aufzubauen. Letztere sind bei den derzeitigen Kosten und der geringen Verbreitung des Internets in Mexiko jedoch klar benachteiligt. Am 1. Juli 2012, dem Tag der Präsidentschaftswahl, hatte nur ein Drittel der Mexikaner_innen Zugang zum Internet. Und der bloße Zugang bedeutet nicht automatisch eine politische Nutzung. Eine wirkliche Lösung sieht Bonilla López nur in einer fundamentalen Neugestaltung des TV-Systems – von der Politik ist dabei wenig Hilfe zu erwarten.

// Jan-Holger Hennies

INFORMATION AUS KLARER QUELLE

INTERVIEW MIT HERIBERTO PAREDES CORONEL, MITBEGRÜNDER DER AUTONOMEN NACHRICHTENAGENTUR *S*UBVERSIONES

Obwohl nur rund ein Drittel aller Mexikaner_innen Zugang zum Internet hat, werden die neuen Informationstechnologien auch für alternative Medien immer wichtiger. Die Autonome Nachrichtenagentur SubVersiones will Gegenöffentlichkeit herstellen und bietet auf ihrer Website Texte und Fotos mit Informationen, die von den großen Medienkonzernen nicht verbreitet würden.

Euer Projekt nennt sich Autonome Nachrichtenagentur SubVersiones. Wie und wann entstand die Idee zur Gründung der Agentur?
Das Projekt entstand im Mai 2010. Einige der Gründungsmitglieder waren damals an der Universität, andere in verschiedene politische Projekte involviert, sowohl in indigenen Gemeinden als auch in urbanen Räumen. Die Agentur entstand letztlich in der gemeinsamen Berichterstattung über die Kämpfe des autonomen Munizips San Juan Copala (siehe *LN* 432 und 443). Wir unterstützten die Kommunikationskommission, welche nach dem Mord an Bety Cariño gebildet wurde. Außerdem halfen wir bei der Erstellung von Pressemitteilungen, verschickten Emails, entwickelten Websites und organisierten Pressekonferenzen. In bestimmten Situationen, wie der, als die „Friedenskarawane" die Blockade in Copala durchbrechen wollte, koordinierten wir uns mit unabhängigen Medien, um eine kontinuierliche Berichterstattung zu liefern und so Schutz vor möglichen Angriffen zu haben. Diese Arbeit bündelten wir schließlich in einer gemeinsamen Organisation. Gleichzeitig sahen wir die Notwendigkeit, investigativ zu arbeiten, selber Informationsquelle zu sein und nicht bloß unüberprüfbare Daten zu wiederholen.

Wie sieht die Agentur heute aus? Wie viele Personen arbeiten dort und wie arbeitet ihr?
Wir sind im Redaktionskollektiv acht Personen, die sich regelmäßig treffen. Dazu kommen circa zwanzig weitere, die für die Agentur arbeiten. Die Idee ist, dass alle Mitglieder der Agentur fähig sind, zu schreiben, Geschehnisse in Foto und Video zu dokumentieren und hochwertige Radiobeiträge zu produzieren. Alle diese Beiträge publizieren wir auf unserer Website. So entsteht eine kleine „Armee", die in vier verschiedenen Bereichen der Kommunikation arbeiten kann. Das gibt es in anderen Medien kaum.

Welche weiteren Unterschiede siehst du zwischen der autonomen Nachrichtenagentur und anderen klassischen und alternativen Medien?
Ich sehe in dieser Hinsicht zwei Dinge: zuerst den Anspruch, den wir an unsere Publikationen haben. Das heißt die Genauigkeit, mit der wir recherchieren, und die Qualität, mit der wir unsere Beiträge produzieren. Wir versuchen, überall hinzugehen und nicht über Dinge zu berichten, die wir nicht selbst gesehen oder recherchiert haben. Man soll uns ernst nehmen und nicht für einen einfachen Blog halten. Unsere Videos, Fotos und Texte produzieren wir grundsätzlich selbst. Das zweite ist unsere politische Position. Wir beziehen eine klare Stellung und machen sie deutlich, damit jeder Nutzer weiß, aus welcher Perspektive wir berichten – im Gegensatz zu vielen anderen Medien.

Welche Themen deckt die Agentur zurzeit hauptsächlich ab?
Wir liefern Berichterstattung zu verschiedenen sozialen Bewegungen in Mexiko wie der kommunitären Polizei in Cherán, nach wie vor zu den Autonomiebestrebungen in San Juan Copala, zum Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad („Bewegung für einen Frieden mit Gerechtigkeit und Würde") und einigen mehr. Gleichzeitig beginnen wir derzeit, uns

systematischer mit Fragen der nationalen Politik sowie dem organisierten Verbrechen zu beschäftigen. Gleichzeitig berichten wir aber auch über Prozesse in Guatemala und Bolivien. Eine systematische Abdeckung von kulturellen Themen fehlt uns bislang leider. Letztlich haben wir viele Themen, würden aber gerne noch breiter berichten.

Wie aktuell ist eure Berichterstattung? Wie oft wird die Website aktualisiert?
Generell interessiert es uns nicht, mit anderen Medien zu konkurrieren und Nachrichten um der Anzahl willen zu veröffentlichen. Wenn wir eine Nachricht für fertig halten, publizieren wir sie. In der letzten Zeit haben wir allerdings täglich über die Geschehnisse nach dem 1. Dezember 2012 (Tag der Amtseinführung des neuen Präsidenten Peña Nieto, Anm. der Red.; siehe *LN* 463) berichtet. Allgemein denke ich, dass es mindestens eine neue Publikation am Tag gibt.

Neben der Website existieren auch Facebook- und Twitter-Accounts. Wie groß ist die Reichweite der Agentur zurzeit?
In Twitter sind wir derzeit erst am Anfang. Wir haben lediglich 382 Follower – diese stellen allerdings sehr gute Kontakte dar, die eine weitreichende Verbreitung unserer Arbeit möglich gemacht haben. Bei Facebook besitzen wir circa 5.000 Kontakte, unsere Website hat durchschnittlich 6.000 Besuche am Tag.

Gibt es Pläne, das Angebot auch in andere Mediengattungen zu diversifizieren?
Genau darin besteht eines unserer Probleme, oder besser gesagt, eine Herausforderung: Wir erreichen leider nach wie vor nicht alle Leute, die wir gerne erreichen würden. Wie also können wir mit unserer Berichterstattung auf die Straße gehen? Das Kernstück ist die Website, aber wir wollen auf längere Sicht eine Art Mitteilungsblatt oder Zeitung herausgeben, die Themen betrachtet, welche nicht auf der Website sind. Das ist eine große Herausforderung, aber in den letzten zwei Jahren konnten wir weitaus mehr vorankommen als jemals gedacht.

Foto: Jan - Holger Hennies

▲ **Ich hasse deine Gleichgültigkeit** Graffito auf Mexikos Straßen

Hat die Agentur als alternatives Medium Verbindungen zu klassischen, kommerziellen Medien?
Ja, sehr gute sogar – vor allem mit den Leuten von *Proceso*, *Contralínea* und *Animal Político*. Wir konnten von ihnen viel lernen und unsere Arbeit

Foto: Agencia Autónoma de Comunicación SubVersiones

HERIBERTO PAREDES CORONEL

ist Journalist, Fotograf und Mitbegründer der Autonomen Nachrichtenagentur SubVersiones. Er arbeitete international für verschiedene Radiosender, gibt Fotografie-Workshops und ist derzeit Mitarbeiter bei Rompeviento Television sowie der Zeitschrift *Variopinto*.
http://www.agenciasubversiones.org/

verbessern. Inzwischen haben uns auch einige klassische Medien zitiert, gerade wenn wir über Themenfelder berichteten, in welchen sich diese kaum bewegen. Dies war bislang hauptsächlich bei drei Themen der Fall: unsere Anklage der Korruption und des Machtmissbrauchs durch die Polizei, bei Zollposten und Straßensperren im Nordwesten Chihuahuas, die Berichterstattung über die Situation in Cherán und gerade aktuell, die Berichte über die Demonstrationen am ersten Dezember 2012 in Mexiko-Stadt sowie die Situation der politischen Gefangenen danach – alles, was bis heute passiert ist. Wir können den medialen Diskurs also durchaus beeinflussen, wenn auch nicht immer.

Neben der reinen Berichterstattung ist die Agentur als Organisation auch in verschiedene Unterstützer_innen-Netzwerke, zum Beispiel für Cherán, eingebunden. Wie wichtig ist es für Euch, mehr als nur eine Informationsplattform zu sein?

Für uns ist ein wichtiger Aspekt der Kommunikation ganz klar die Vernetzung einer riesigen bestehenden Vielfalt an Organisationen, die sich mit journalistischen Erfahrungen, Kunst, Musik und sozialen Kämpfen beschäftigen. Unser Projekt hat drei Linien: Kommunikation, Vernetzung und Ausbildung – sowohl intern als auch extern. In den letzten zwei Jahren haben wir vor allem den Kommunikationsteil gefestigt und sind jetzt seit circa einem halben Jahr in der aktiven Vernetzung. Gleichzeitig sitzen wir in den Startlöchern des Bildungsprozesses, das heißt Mitgliedern und Interessierten unser Wissen über Kommunikationstechniken u. ä. weiter zu vermitteln.

Gibt es Erfahrungen mit Repression?

Eher Einschüchterung als Repression – für unsere Arbeit wurden wir mit dem Tod bedroht. In diesem Punkt kann ich öffentlich leider keine Details nennen. Aber ja, unsere Recherchen zur kommunitären und zivilen Sicherheit berühren nicht bloß die Interessen einiger Drogenkartelle, sondern auch die des mexikanischen Staates. Wir versuchen, die Verantwortlichen für Aktionen zu finden, welche Gewalt und Unsicherheit in den betreffenden Gebieten verursachen. Dies ist wichtig, da große Medien das nicht können, in den Gebieten hat man zu ihnen kein Vertrauen mehr, aber wir können von innen recherchieren. Ich spreche von den Bundesstaaten Michoacán und Guerrero. Es ist letztlich nicht möglich genau zu sagen, woher die Drohungen kommen, aber wir haben zwei natürliche Feinde: das organisierte Verbrechen und den mexikanischen Staat.

Welchen Schwierigkeiten muss sich die Nachrichtenagentur darüber hinaus entgegenstellen?

Das größte Problem ist sicherlich unsere prekäre Arbeitssituation, da wir keine finanziellen Mittel für all unsere Projekte haben. Ebenso können wir uns nicht voll auf die Agentur konzentrieren – wir alle brauchen eine weitere Arbeit, um Geld zu verdienen und uns für die Berichterstattung im Land bewegen zu können. Diese Situation müssen wir auf kurze bis mittlere Sicht ändern. Auf längere Sicht soll aus der Agentur dann eventuell eine Kooperative werden. Insgesamt müssen wir in den kommenden Jahren weiter wachsen und ich glaube, wir sind auf einem sehr guten Weg.

// Interview: Jan-Holger Hennies

PRESSE, MACHT UND DEMOKRATIE

DIE HONDURANISCHE MEDIENOLIGARCHIE IST EIN BESONDERER MACHTFAKTOR IM STAAT

Die Verbindung von Macht und Medien hat in Honduras eine ganz eigene Ausprägung, die letztlich demokratische Bedingungen im Land seit Jahrzehnten verhindert – und das eigene Geschäftemachen ermöglichen soll.

Presse, Macht und Demokratie – das ist der Titel des Buches, das 1998 in Honduras von dem Dokumentationszentrum CEDOH veröffentlicht wurde. Den Verbindungen von Medien und Macht in Honduras – dieser Frage geht das Buch nach. Es zeigt auf, wie es den Medienbesitzer_innen ums Geschäftemachen geht, um Exklusivverträge oder gemeinschaftlich eingefädelte Verträge, um Privilegien, Tantiemen, Lizenzen und die Beeinflussung von Vorgängen – wobei alle Prinzipien von Transparenz, fairem Wettbewerb und sozialer Funktion außer Kraft gesetzt werden. Was die Demokratie schwer beschädigt.

Das Buch wurde zu einer Zeit veröffentlicht, als Hurrikan Mitch das Land verwüstet hatte und die Bevölkerung sich vereint um den Wiederaufbau bemühte. Damals protestierte sie dagegen, dass in der Medienberichterstattung über den Wiederaufbau nahezu ausschließlich der Anteil der Regierungspolitik, vor allem der des damaligen Präsidenten Carlos Flores Facussé hervorgehoben wurde. Das war kein Zufall, besaß doch „Mitch-Präsident"-Facussé gleichzeitig die Tageszeitung *La Tribuna* und war Mitglied im Medienverband AMC, einem Kartell, das von fünf Familien kontrolliert wurde: Ferrari, Villeda, Andonnie, Rosenthal und Canahuati.

Dieser Medienoligarchie gelang es in weniger als 30 Jahren so viel Macht anzuhäufen, dass sie zu einem eigenen Einflussfaktor im Land wurde. Sie erreichte dies durch massenhafte Subventionen, Steuerbefreiungen und den Erwerb von Radio-

Foto: Carlos Anckermann

und Fernsehfrequenzen, Lizenzen für Telefon- und Kabelnetze und das Eindringen in den Pressemarkt. Mit faktischer Erpressungsmacht ausgestattet, machte sie Parteien, Politik und Staat zu ihren Geiseln. Mehr als 200 Radiofrequenzen, 50 Fernsehkanäle, vier Tageszeitungen und zehn Zeitschriften sowie Anteile an Telefonfirmen und Netzanbietern stattete sie mit so viel Macht aus, dass sie Geschäftsführer_innen, Minister_innen, Abgeordnete, Richter_innen und Präsident_innen nach eigenem Gusto auswechseln konnten. Das hatte schlimme Folgen für die honduranische Gesellschaft: Die Medienoligarchie beförderte Militarismus statt Demokratie, Folklore statt Kultur, Fußball statt Sport, Religiosität statt Spiritualität. Sie propagierte Konsumismus ohne Grenzen und verbreitete Angst und Gewalt – und machte nebenbei mit ihren Erpressungsopfern große Geschäfte.

Im Jahr 2012 schrieb der Jesuitenpriester Ismael Moreno, Leiter des regierungskritischen Radio Progreso, einen Beitrag für die Zeitschrift Envío, die von der Zentralamerikanischen Universität UCA herausgegeben wird. In seinem Artikel stellt er ironisch fest, dass das honduranische Publikum wenige bis gar keine Möglichkeiten habe, zu arbeiten, zu essen, zu schlafen, sich zu informieren, zu wählen, sich zu zerstreuen und sogar zu sterben – ohne dabei ständig denselben Medienunternehmer-Familien ausgeliefert zu sein.

Dass die Machenschaften der Medienoligarchie die Demokratie im Land schwer beschädigten, konnte man besonders während der Zeit des Putsches im Juni 2009 erleben. Die Medien-Oligopole lieferten die politische und ideologische Unterstützung für den Umsturz: Sie stachelten die Repression an, machten den Widerstand der Bevölkerung unsichtbar und verteidigten dadurch ein Regime ohne gesellschaftliche und politische Legitimation. Auch die Gewalt blieb nicht aus: 29 Journalist_innen wurden seit März 2010 ermordet, bis heute hat der Staat keinen einzigen der Mordfälle aufgeklärt. Auch die Kirche unterstützte diese „mediale Zusammenrottung". Der katholische Kardinal und ein internationales evangelikales Zentrum verfügten beide über Medien, die sich in den Dienst des politischen, militärischen und privatwirtschaftlichen Putsches stellten.

Diese Mischung aus Militärs, Religiösen, Unternehmen und Politik hat seit 2009 durch weitreichende Gesetzesänderungen den Neoliberalismus noch verschärft, etwa durch die „Modellstädte" (siehe *LN* 461) und die Enklaven des „grünen Bergbaus". Als Folge lassen sich verschiedene Entwicklungen identifizieren: Einerseits verlor die Bevölkerung das Vertrauen in die traditionellen Medien. Gleichzeitig entstanden neue soziale Bewegungen, die alternative und antihegemoniale Medien einforderten. Beklagenswerterweise bildete sich aber auch ein neuer Medienkonzern, der aus den Trümmern des Staats aufgestiegen ist: die Grupo Colibrí (Kolibri-Gruppe). Sie wird angeführt von Porfirio Lobo, dem Präsidenten, und Juan Orlando Hernández, dem Präsidentschaftskandidaten der Nationalen Partei.

Der entstehende Konzern formuliert derzeit dieselbe Debatte, die die Gesellschaft im Jahr 2000 mit der Publikation von CEDOH über Presse, Macht und Demokratie führte, jedoch mit einer völlig anderen Zielsetzung. So versucht der Grupo Colibrí die herkömmlichen Medienkonzerne auszubremsen und sich eine eigene mediale Bühne zu errichten. Zu diesem Zweck instrumentalisiert und manipuliert sie den öffentlichen Diskurs über die Demokratisierung des Rundfunks, die Regulierung der Konzentration von Radio- und Fernsehfrequenzen sowie der Lizenzen für Telefon- und Kabelnetze. Daneben profitiert sie von der vorübergehenden Aussetzung von Steuerbefreiungen für die Einführung von Printmedien. Es bleibt abzuwarten, ob der Kolibri den Garten der Demokratie nur wieder dazu benutzt, seinen Schnabel mit Nektar zu füllen.

// Félix Molina

Übersetzung: Sebastian Henning

Félix Molina ist Journalist, Leiter und Produzent der täglichen Sendung „Resistencia" (Widerstand), eines oppositionellen Radioprogramms für Nachrichten und politische Analysen, das auf Radio Globo in Honduras ausgestrahlt wird. Molina reist durch ganz Honduras, um Menschen zu interviewen, die den politischen Widerstand in den Gemeinden organisieren und die von anderen Nachrichtenredaktionen allzu oft ignoriert werden. Aufgrund seiner engagierten Arbeit erhält er regelmäßig Todesdrohungen. 2012 wurde Félix Molina mit dem US-amerikanischen Samuel-Chavkin-Preis für Integrität im Lateinamerikanischen Journalismus geehrt.
www.radioglobohonduras.com

„WIR BLEIBEN AUF SENDUNG!“

INTERVIEW MIT DEM RADIOAKTIVISTEN JUAN VÁSQUEZ VOM SENDER LA VOZ LENCA

Während des Putsches 2009 sendeten die traditionellen honduranischen Medien Tierfilme oder empfahlen Wochenendausflüge an den Strand. Allein einige kommunitäre Radios besaßen den Mut, den Putsch als solchen zu bezeichnen – denn dies war verboten. Deshalb besitzen heute die alternativen Radios – wie La Voz Lenca des Zivilen Rates der Basis- und Indigenenorganisationen von Honduras (COPINH) – eine hohe Glaubwürdigkeit in der Bevölkerung. Seitens des Staates sehen sich die Radiomacher_innen mit Drohungen und Repression konfrontiert.

Seit dem zivil-militärischen Putsch 2009 wurde auch die Repression gegen die kommunalen Radios in Honduras stärker. Welchen Repressalien sehen sich die Radiomacher_innen von COPINH ausgesetzt?

Wir, die Leute, die beim Radio arbeiten, haben ernstzunehmende Todesdrohungen erhalten, so zum Beispiel während des Putsches. Das war eine schreckliche Verfolgung. Unsere Sender wurden von Militärs besetzt, fremde Autos und Motorräder drehten Runden und haben die Aktivitäten der Radios beobachtet. Vor allem an dem Ort, wo wir den Sender für den Mittelwelle-Betrieb haben. Sie haben ausgekundschaftet, ob und wie wir unsere Radios bewachen. Eine *compañera*, die beim Radio arbeitet, wurde auf dem Nachhauseweg von einem Auto ohne Nummernschilder verfolgt. Es gibt Leute, die speziell dafür angestellt sind, die Radioprogramme anzuhören, um unsere Arbeit und unsere aktuellen Bewegungen zu überwachen. Sie versuchen auch, unsere Sender durch elektronische Entladungen anzugreifen und so den Sendebetrieb zu unterbrechen. Es gab auch vor kurzem mehrere Anzeigen der Nationalen Kommission für Telekommunikation, der CONATEL, die uns zwingen sollten, den Sendebetrieb einzustellen.

▲ **Stimme der Lenca** Juan Vásquez moderiert

Worum ging es bei dieser Anzeige?

Das war im November des vergangenen Jahres. Sie erklärten, wir müssten unseren Radiobetrieb innerhalb von zehn Tagen einstellen und eine Strafe in Millionenhöhe zahlen, weil wir andere Frequenzen stören würden. Und falls wir weiterhin senden, würden sie unsere Apparate konfiszieren. Ihre Argumente waren unlogisch, weil sie uns beschuldigten, ein Radio in Comayagua zu stören. Dieses Radio sendet auch mit geringer Sendeleistung auf UKW und es ist aufgrund der Entfernung unmöglich, ein solches Radio in Comayagua von unserem Radio in Intibucá aus zu stören. Außerdem bezog sich das Ganze auf Vorfälle, die 2007 passiert sein sollen und schon damals widerlegt wurden.

Was warf CONATEL den Radios 2007 vor?
Ich war damals Direktor der Radios und aufgrund der Vorwürfe sprachen wir zusammen mit einem Anwalt mit CONATEL. Damals gab es mehrere Anschuldigungen, die wir alle widerlegen konnten. Wir waren zu der Zeit gerade dabei, einen UKW-Sender in San Francisco Lempira zu installieren. CONATEL sagte uns, das Radiospektrum dort sei schon verkauft und wir könnten dort kein Radio betreiben. Das war eine Lüge, denn dort existierte kein Radio. Wir waren dabei, das erste kommunale Radio in der Gegend aufzubauen und ein kommerzielles Radio gab es nicht. Zum anderen wurden wir beschuldigt, einen Sender in Comayagua zu stören, wie ich schon erwähnt hatte. Letztendlich konnten wir die Anschuldigungen von CONATEL entkräften und es gelang uns, das Radio in San Francisco Lempira aufzubauen.

Wie habt ihr es 2012 erreicht, auf Sendung zu bleiben?
Wir haben mit CONATEL gesprochen und nachgefragt, was das Problem sei. Wir erklärten, dass die angebliche Störung schon 2007 geklärt worden sei. Darauf antworteten sie uns, dass dies nicht dokumentiert sei und fragten uns, mit wem wir damals gesprochen hätten. Wir mussten eine Demonstration in Tegucigalpa durchführen, um unsere Radios zu verteidigen. Mit den anderen von COPINH protestierten wir vor CONATEL. Als sie die Demonstration sahen, bekamen sie einen Schreck und erklärten, dass sie niemals die Apparate konfiszieren oder unseren Betrieb einstellen wollten. Sie sagten sogar, dass sie uns mit einem UKW-Sender mit höherer Sendeleistung unterstützen würden. Sie versprachen, sie würden uns einen Techniker schicken, um die Transmitter zu überprüfen. Aber bis heute haben sie das nicht gemacht und das zeigt, dass die Anzeigen als reine Repression zu bewerten sind.

Was denkt ihr, wer hinter dieser Aktion steckt?
Das Verhalten von CONATEL sehen wir als Repression der Regierung, um unsere Radios zum Schweigen zu bringen. Wir wissen, dass für all das die gleichen Machtgruppen verantwortlich sind, die unsere Radios destabilisieren und unseren Betrieb einstellen wollen. Kommunikation von unten ist konfrontativ: Wir stellen uns gegen transnationale Unternehmen, gegen Regierungen, die ihre Autorität missbrauchen, und auch gegen die mächtige Holzindustrie. Das ist nicht einfach. Sie wollen ihre Arbeit auf illegale Art und Weise weiterführen und dabei schaffen sie alles aus dem Weg, das sie stört. Aber bisher haben sie das dank der Gemeinden, die bei der Verteidigung unserer Radios immer präsent waren, nicht geschafft. Wir arbeiten weiter und halten unsere Radios auf Sendung. Wir haben mit anderen befreundeten sozialen Organisationen einen Weg gefunden, unsere Radios wieder auf Sendung zu bringen, zum Beispiel wenn wir Schäden an den Geräten haben. Wir werden nicht schweigen angesichts der Zerstörung der Natur, der Verletzung der indigenen Rechte, angesichts der Respektlosigkeit vor dem ILO-Abkommen 169. Und so sind wir immer präsent und kämpfen gegen das alles.

Aktuell diskutiert die Regierung zusammen mit mehreren Gruppen und Organisationen einen Entwurf über ein neues Telekommunikationsgesetz, welches die Demokratisierung der Medien fördern soll. Was bedeutet diese Initiative für die kommunalen Radios?
Es gibt viele Kontroversen zu dem Gesetzesvorschlag. Eine ist, dass die Lizenzen für kommunale Radios an Einzelpersonen vergeben werden können. Das ist unmöglich – ein kommunales Radio kann sich nicht in Einzelbesitz befinden. Es gehört verschiedenen Dörfern und vielen Leuten. Ein anderer Streitpunkt ist, dass CONATEL Arbeitsrichtlinien der Radios vorgeben soll. Es gibt eine Klausel, die besagt, dass den politischen Parteien eine Priorität einzuräumen ist. Sie sagen, das sei aufgrund der Gleichberechtigung notwendig. Wir sind jedoch keine politische Partei, wir sind eine Organisation, eine Organisation des Protestes. Werbung für politische Parteien oder große Unternehmen zu machen, steht unserer Arbeit entgegen, unserem Auftrag und unserer Vorstellung von einem kommunalen Radio. Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass die indigene Bevölkerung und ihr Recht auf eigene Medien nicht klar in der Initiative genannt werden. Wir von COPINH haben unsere Position klargestellt und in die Debatte eingebracht, wir werden sehen, ob sie auch wirklich berücksichtigt wird. Wir werden das weiterverfolgen, denn wir können nicht zulassen, dass sie ein Gesetz verabschieden, welches unsere Sender und das Recht auf eigene Radiofrequenzen für indigene Völker nicht berücksichtigt.

//Interview: Johannes Schwäbl

Blog COPINH und Radiostream:
http://copinhonduras.blogspot.com/

KINGSTONS SPRECHENDE WÄNDE

GRAFFITIS UND MURALS ALS GEGENÖFFENTLICHKEIT DER JAMAIKANISCHEN METROPOLE

Wer mit offenen Augen durch die jamaikanische Hauptstadt Kingston streift, sieht ein großes Spektrum an Streetart. Neben Graffitis und Tags drücken sich die Künstler_innen in Jamaika traditionell auch auf Wandgemälden aus, um ihre Botschaften in den öffentlichen Raum zu tragen.

Bei einem Spaziergang durch das Viertel Cassava Piece, im Norden von Kingston, entdeckt man die unterschiedlichsten Formen von Streetart. Neben unzähligen „Gully Side"-Tags, die Mauern und Hauswände säumen, gibt es ein Gemälde des berühmten Deejays Mavado, der hier zu Beginn seiner Karriere gelebt hat und auf den die Bewohner_innen der Community stolz sind. Ist es doch Mavado, mit bürgerlichem Namen David Brooks, dessen Texten die marginalisierte Gegend um den Abwasserkanal ihre globale Berühmtheit als „Gully Side" zu verdanken hat. Der Dancehall-Deejay ist mittlerweile aus dem Ghetto gezogen und feiert große Erfolge. Sein Aufstieg zum erfolgreichen und geachteten Künstler aus ursprünglich armen Verhältnissen wird unterstrichen durch das Auto, das im Hintergrund des Gemäldes zu sehen ist.
Nicht nur in Cassava Piece, sondern in der gesamten Metropolregion Kingston werden die Wände von zahlreichen unterschiedlichen Akteur_innen zur Visualisierung und Kommunikation von gesellschaftlichen, politischen und kulturellen Standpunkten verwendet. Botschaften im urbanen Raum werden in Kingston, wie in vielen anderen Städten der Welt, als illegal gesprayte Graffitis hinterlassen. Das spontan aus der Sprühdose geschossene Statement erzeugt, zwischen Verkehrsbeschilderung und Werbetafeln, Raum für Gegenöffentlichkeit. Neben den Graffitis gehören zu dieser in der jamaikanischen Tradition auch die Wandgemälde, die Murals. Letztere sind meist legal, mit dem Pinsel angefertigt und sowohl ein wichtiger Teil der bildenden Künste aus der Unterschicht als auch eine Quelle für Einkünfte. Nicht umsonst hinterlassen

▼ **Held der „Gully Side"** Dancehall-Deejay Mavado

Fotos: Patrick Helber

die Maler_innen aus den Innercities neben den Werken ihre Handynummern, um weitere Aufträge zu erhalten.
Murals wie Graffitis werden von unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen verwendet, um Botschaften im städtischen Raum zu übermitteln. Beide urbane Kunstformen dienen der Kommunikation zwischen Gesellschaftsteilen, die in den gewöhnlichen Medien kaum Gehör finden. Sie bieten die Möglichkeit, künstlerisches Schaffen auch außerhalb von Museen und Galerien, frei von deren Auswahlkriterien und für alle zugänglich zu produzieren und zu präsentieren.
Die Graffitis in der jamaikanischen Hauptstadt kann man in drei thematische Bereiche einteilen: Erstens Graffitis, die von den Anhänger_innen der beiden rivalisierenden politischen Parteien Jamaikas, der Jamaican Labour Party (JLP) und der People's National Party (PNP) angefertigt wurden, um ihre jeweiligen Territorien zu markieren. Zweitens Graffitis, die sogenannte deviante Sexualpraktiken, wie Homosexualität oder Oralsex, mit Aussagen wie „Don't bow!" öffentlich kritisieren. Drittens Graffitis, die im Bezug zur Dancehall-Kultur stehen. Dazu gehören unter anderem die Schriftzüge „Gully Side" oder „Gaza mi seh", die Parteinahme für die Dancehall-Künstler Mavado (Gully) oder Vybz Kartel (Gaza) ausdrücken. Außerdem werden Sprühereien von weniger bekannten Künstler_innen, wie beispielsweise L. A. Lewis, verwendet, um mehr öffentliche Aufmerksamkeit zu bekommen. Alle drei haben wenig subversives Potenzial. Antikoloniale Äußerungen wie der Schriftzug „Nanny a fi wi Queen", der 1994 beim Besuch der britischen Königin in der Nähe der University of the West Indies auftauchte und die anti-britische Anführerin der Maroons zur wahren jamaikanischen Königin erklärte, sind eher eine Seltenheit.
Viel mehr subversives Potential besitzen die vielen bunten Wandgemälde. In den ärmeren Stadtteilen sind sie ein wichtiger Teil der öffentlichen Gedenkkultur von unten. Häufig sieht man Murals, auf denen junge Menschen abgebildet sind, die ihr Leben gewaltsam oder durch Unfälle verloren haben. Murals bewahren die Erinnerung an verstorbene Familienangehörige und Menschen aus der Community. Im Gegensatz zu einem Grabstein auf dem Friedhof, platzieren sie die abgebildeten Personen nicht nur im kollektiven Gedächtnis, sondern auch im örtlichen Zentrum der urbanen Gemeinschaft. Im Stadtviertel Tivoli Gardens an der Spanish Town Road ist ein junger Mann auf blauem Hintergrund und umgeben von weißen Tauben gemalt. Den Betrachter_innen winkt er aus einer Art Fenster im Himmel zu. Er trägt Kleidung der US-amerikanischen Marke Von Dutch, die als Statussymbol gilt. Unter dem Porträt sind der Name und die Geburts- und Sterbedaten des Mannes angebracht.

◄ **Würde nach dem Tod**
Mural eines verstorbenen jungen Mannes

Diese öffentliche Gedenkkultur in den Innercities hilft dabei, dass die zahlreichen Toten aus der jamaikanischen Unterschicht ein Gesicht bekommen. Opfer von Bandenkriegen oder Militäreinsätzen in den Ghettos, wie bei der gewaltsamen Erstürmung von Tivoli Gardens im Mai 2010, werden von der jamaikanischen Elite und den Politiker_innen lediglich als anonyme Zahlen wahrgenommen. Die Verewigung von Toten aus Bandenkonflikten und Polizeigewalt ist eine Möglichkeit, Menschen aus den Ghettos post mortem Respekt und Würde zurückzugeben. Neuerdings wendet sich allerdings die Polizei gegen diese Form der Erinnerungskultur. So wird im *Jamaica Observer* 2013 über Polizist_innen berichtet, die gezielt Wandgemälde von Dons und Bandenmitgliedern überstreichen. Die Ordnungshüter_innen befürchten, die Getöteten könnten zu Märtyrer_innen und Vorbildern für Jugendliche werden. Solche Maßnahmen gleichen allerdings der Verhaftung von Strohpuppen, da durch die Beseitigung einer Kunstform nicht die Wurzeln von Armut und Perspektivlosigkeit angegangen werden, die Jugendliche aus den Ghettos in die Kriminalität treiben.

Auch Porträts von Reggae- und Dancehall-Künstler_innen sind eine Form des Widerstands gegen die jamaikanischen Eliten. An die Wand gemalte Monumente erfolgreicher Stars, wie im Falle von Deejay Mavado, zeigen den Respekt, den die Künstler_innen in ihrer Community genießen. Für viele Jugendliche sind sie Vorbilder für einen Weg aus der Armut. Eine derartige Anerkennung erhalten viele Entertainer_innen von staatlicher Seite nicht. Besonders die Dancehall-Musik hat trotz ihrer internationalen Popularität in Jamaika ein schlechtes Image. Für konservative Jamaikaner_innen verkörpert das Genre aus der urbanen Unterschicht lediglich Gewaltverherrlichung und Sittenverfall. Oft wird Dancehall jeder künstlerische oder kulturelle Wert abgesprochen. Stattdessen dient sie als Sündenbock für gesellschaftliche Missstände, die stets in der Unterschicht verortet werden.

Die Symboliken der religiösen Black-Power-Bewegung Rastafari sind ein weiterer Aspekt jamaikanischer Kultur, der sich auf den Wänden niederschlägt. Die Rastas waren lange Zeit vom 1962 gegründeten jamaikanischen Staat ausgegrenzt. Ihr Glaube an den früheren äthiopischen Kaiser Haile Selassie, die Weigerung ihr Haar zu schneiden und der rituelle Genuss von Marihuana führten zu harten staatlichen Repressionen. Rastafari artikuliert bis heute eine panafrikanische, antikoloniale und antirassistische Position in der jamaikanischen Gesellschaft. Ihr Antirassismus drückt sich in der Ablehnung eurozentrischer Formen der Geschichtsschreibung, Religion und Bildung aus. Rastas widersprechen außerdem dem jamaikanischen Nationalmotto „Out of many, one people" radikal. Sie machen auf die fortdauernden Ungleichheiten in der Gesellschaft und die *mental slavery* aufmerksam, der die Nachfahr_innen der afrikanischen Sklav_innen ihrer Auffassung nach unterworfen sind. Die schwarze, panafrikanische Perspektive der Rastas wird visualisiert durch Murals mit Porträts Haile Selassies, dessen Ehefrau Menen Asfa sowie Marcus Garveys. Garvey hat sowohl als jamaikanischer Nationalheld als auch als Prophet der Rastafari eine wichtige Bedeutung. Die Porträts dieser Ikonen sind meistens in rot, gelb und grün, den Farben der äthiopischen Flagge, umrahmt. Am Monica Bernard Building, einem Buchladen und Versammlungsort in der der East Street in Kingston, wird die panafrikanische Komponente von Rastafari besonders gut sichtbar: Neben den Bildern der genannten Persönlichkeiten sind auf die Wände des Gebäudes in der Downtown die Porträts bedeutender schwarzer Aktivist_innen wie Steve Biko, Malcom X und des früheren ghanaischen Präsidenten Kwame Nkrumah gemalt.

Doch nicht alle Murals können als subversive Statements der Marginalisierten gegen die jamaikanische Elite und das rigide Gesellschaftssystem gelesen werden. In vielen Communities gibt es Gemälde, die konservative Tugenden für ein friedliches Gemeinschaftsgefühl zwischen den Bewohner_innen propagieren oder nationalistische Symboliken wie die jamaikanischen Nationalhelden darstellen. Im Zentrum stehen staatsbürgerliche Erziehung, respektables Verhalten, Fleiß und Bildung. Sie werden oft von örtlichen Politiker_innen finanziert. Slogans auf den Gemälden sind „Love, God & Live", „Create a Vision for a better Jamaica", „Provide Values, Create Wealth" oder „Discipline". Umrahmt werden diese von Landschaftsbildern, Blumen oder den Nationalfarben. Rastafaris, Dancehall-Künstler_innen und Bewohner_innen der Innercities als Verkörperungen schwarzer urbaner Kultur haben keinen Platz in diesen Visualisierungen. Sie weichen ab von traditionellen Vorstellungen respektabler Erscheinung und Verhaltens und sind wegen ihrer Opposition gegen den „Out of Many, one people"-Staat ausgeschlossen.

// Patrick Helber

MYTHEN ÜBER MEDIEN

VENEZUELA VERFÜGT ÜBER EINE AUSGEPRÄGTE MEINUNGS- UND MEDIENVIELFALT

Foto: Benjamin Keuffel

Entgegen der Berichterstattung über Venezuela ist das Medienangebot im Land selbst in den vergangenen Jahren stark angewachsen. Davon profitieren auch die privaten Medien, die überwiegend kommerzielle Inhalte anbieten. Durch die Schaffung eines „Rechts auf Kommunikation" entstanden zudem viele Alternativmedien von unten.

Zu den Allgemeinplätzen über Venezuela gehört, dass es in dem südamerikanischen Land um die Meinungsfreiheit schlecht bestellt ist. Die Berichterstattung erwähnt Venezuela zumeist in Verbindung mit seinem Präsidenten Hugo Chávez, von der Springer-Presse gerne als „Tropen-Caudillo" betitelt. Seine Regierung wird dafür kritisiert, die Medienlandschaft des Landes zum eigenen Vorteil zu zensieren. Bereits als politisch interessierte Besucher_in des Landes drängt sich eine gewisse Dissonanz zu diesen Einschätzungen auf: Bis in die abgelegensten Orte sind die Zeitungskioske mit unterschiedlichsten Zeitungen gefüllt; wer das Radio oder den Fernseher einschaltet, findet die Frequenzbänder dicht belegt mit venezolanischen, aber auch internationalen Kanälen.

Auch die Inhalte scheinen sich auf den ersten Blick nicht besonders von denen anderer lateinamerikanischer Länder zu unterscheiden: viele Telenovelas, viel Werbung. Die Darsteller_innen sind gegenüber dem Landesdurchschnitt auffällig hellhäutig und extrem schlank. Einzige Ausnahme sind die Nachrichtensendungen: Sie bestehen zum großen Teil aus Berichten über Kriminalität und hier finden auch gewöhnliche Menschen ihren Platz – als mutmaßliche Verbrecher_innen oder deren Opfer. Für die Kommunikationswissenschaftlerin Annette Massmann ist dies ein typisches Phänomen in der lateinamerikanischen Medienlandschaft. Die Bevölkerung mit geringerem Einkommen hat nicht nur schlechteren Zugang zu Medienangeboten, sie selbst, ihre Kultur und Lebenswelt kommen in den etablierten Medien einfach nicht vor. Ist Venezuela also ein ganz normaler Vertreter der lateinamerikanischen Medienkultur?

In wissenschaftlichen Beiträgen wird Venezuela eher als ein positives Beispiel für Medien- und Meinungsvielfalt diskutiert. So kommen Jairo Lugo-Ocando und Andrés Cañizales, letzterer ein nachdrücklicher Kritiker der aktuellen wie

auch vorheriger Regierungen, zu der Einschätzung: „Verglichen mit anderen Ländern der Region nutzen prozentual mehr Menschen Radio- und Fernsehangebote. Medienkonsum ist in Venezuela hoch differenziert und Medienkompetenz in der Bevölkerung weit verbreitet." Ein Blick auf die Zahlen bestätigt, dass das Land eine moderne und vielfältige Medienlandschaft besitzt. Täglich erscheinen etwa einhundert Zeitungen, von denen immerhin acht landesweite Ausgaben veröffentlichen. Mehr als ein Drittel der Haushalte nutzen Kabel- oder Satellitenempfang, aber auch die Infrastruktur für offenes Fernsehen und Radio kann für Lateinamerika als luxuriös gelten: Im Jahr 2008 verfügte das Land über 108 Sendestationen für Fernsehen, 794 Radiosender im UKW-Bereich und weitere 210 Sender auf Mittelwelle.

Bei dem Thema Frequenzvergabe fallen öffentliche Beschreibung und tatsächliche Entwicklung besonders drastisch auseinander. Dass die Regierung im Jahr 2007 einem der größten Fernsehsender, RCTV, die Sendelizenz nicht verlängerte, führte international zu heftigen Polemiken: Von *taz* bis *FAZ* hieß es, das Land befinde sich vor dem journalistischen Blackout. Eine Überprüfung der vergebenen Lizenzen – alle Zahlen lassen sich problemlos online recherchieren – zeigt, dass die privaten Fernsehsender die Anzahl ihrer Frequenzen seit dem Amtsantritt der Regierung Chávez tatsächlich mehr als verdoppelt haben: nämlich von 29 Stationen im Jahr 1998 auf 65 im Jahr 2008. Im selben Zeitraum wurden 181 neue Lizenzen an private Radiobetreiber vergeben. In beiden Bereichen nutzen private Unternehmen 60 Prozent der vergebenen Ressourcen – die von der venezolanischen Opposition beschworene „Diktatur" sieht anders aus.

Tatsächlich wird das venezolanische Mediensystem bis heute von kommerziellen Unternehmen geprägt. Dabei dominieren besonders einzelne transnational agierende Medienkonzerne. In Venezuela sind das vor allem die Gruppe Cisneros, die mit Venevisión den Fernsehmarkt sowie mit FM Center den Radiomarkt bestimmt, aber auch das Unternehmen 1BC mit Fernseh- und Filmproduktionen oder der spanische Medienkonzern Prisa mit seinen zahlreichen Radiosendern (Unión Radio). Daneben halten sich mehrere starke Einzelnunternehmen, wie etwa Cadena Capriles, die mit *Últimas Noticias* die größte Tageszeitung des Landes herausgibt.

Einen Eindruck von der politischen Linie der Medien bietet der Umstand, dass drei der wichtigsten Unternehmen – die Cisneros-Gruppe, Cadena Capriles und der Verlag Bloque de Armas – nach 1958 von Exil-Kubaner_innen gegründet wurden. So überraschte es nicht, dass am 11. April 2002, beim Putsch gegen Hugo Chávez, ausgerechnet Miguel Ángel Capriles, der Gründer von Cadena Capriles, das totalitäre Dekret des Putschpräsidenten Pedro Carmona mit unterzeichnete. Bereits in der Vorbereitung nahmen die privaten Medien eine sehr aktive Rolle ein. Später gestand Eleazar Díaz Rangel, Leiter von *Últimas Noticias*: „Die mächtigste Kraft bei der Durchführung des Putsches waren die Medien."

Auch zehn Jahre nach diesen Ereignissen hat sich an der aktiven politischen Einflussnahme der Medienunternehmen grundsätzlich nichts geändert. Miguel Ángel Capriles etwa ist der Onkel von Henrique Capriles, dem Präsidentschaftskandidaten der venezolanischen Opposition bei den Wahlen im Oktober 2012. Seine Tageszeitung *Últimas Noticias*, die vergleichsweise ausgewogen berichtet, erhielt während des Wahlkampfes eine Rüge vom Wahlrat, weil sie ihrem Kandidaten unverhältnismäßig viele Nachrichten und Werbeplätze einräumte. Dieses Capriles-Phänomen geht zurück auf die Zeit der Vierten Republik, die von 1958 bis 1998 andauerte. Praktisch alle privaten Medienunternehmen des Landes weisen enge persönliche Verbindungen zur alten politischen Klasse und jetzigen Opposition auf. Diese Symbiose zwischen alten wirtschaftlichen und politischen Eliten und den Medienunternehmen, der so genannte politische Parallelismus, ist ein in Lateinamerika weit verbreitetes Phänomen und tritt gemeinsam mit einer äußerst parteiischen Journalismuskultur auf.

In dem politisch polarisierten Land führte die Konfrontation der etablierten Medien mit der neu gewählten Regierung von Hugo Chávez dazu, dass zahlreiche Journalist_innen die privaten Medien verließen. „Damals wurden nur parteiische Nachrichten gesendet, die Medien kamen ihrer Informationspflicht nicht nach", sagt etwa Silvia Cabreras zu ihrer Entscheidung, den Sender Venevisión zu verlassen. Zudem erreichte die Glaubwürdigkeitskrise, unter der das etablierte Parteiensystem in den 1990er Jahren zerbröselt war, auch die Medien: Die Auflagen der führenden Tageszeitungen haben sich seitdem halbiert. Präsident Hugo Chávez nutzte seinerseits die

bereits vorhandenen staatlichen Medien, den Fernsehkanal VTV und den Radiosender RNV, um direkt mit der Bevölkerung zu kommunizieren. Zum einen begann er eine eigene Fernsehsendung, *Aló Presidente*. Um seine Politik auch über private Medien zu verbreiten, verwendete er die Nationale Kettenschaltung, die Cadena Nacional, bei der zu bestimmten Zeiten auf allen Kanälen dieselben Nachrichten gesendet werden. Beide Formate wirken in Europa befremdlich, sind aber in Lateinamerika nichts Besonderes: Viele Präsident_innen betreiben eigene Sendungen, auch die *Cadena Nacional* existiert in fast allen lateinamerikanischen Mediensystemen.

Beide Formate spielten eine wichtige Rolle im verfassunggebenden Prozess im Jahr 1999, der eine zentrale Änderung der Medienpolitik anstieß. Der Paragraph 57 der neuen Verfassung enthält das Recht „von jedwedem Medium Gebrauch zu machen, um das Recht auf freie Meinungsäußerung auszuüben". Das „Recht auf Kommunikation" soll somit den allgemeinen Zugang zu medialen Verbreitungskanälen sicherstellen.

Im Jahr 2000 wurde daraufhin die Gründung von Bürger- beziehungsweise Nachbarschaftsmedien verbindlich geregelt. Die Folge war ein historisch einmaliger Boom an neuen Alternativmedien. Bis heute entstanden landesweit etwa 500 neue Radio- und Fernsehsender. Alleine in Caracas senden gegenwärtig über 20 Radios und drei alternative Fernsehsender. Oft haben die Projekte eine lokale Reichweite und werden von der unmittelbaren Nachbarschaft genutzt. Einige Projekte wie Al son del 23 sind in der gesamten Stadt zu empfangen, letzterer gilt als einer der populärsten Sender in Caracas.

Zusätzlich zu diesem Boom an selbstverwalteten Medien entstanden ab 2003 mehrere öffentliche Medien. Sie sind anders als der Staatssender VTV unabhängiger gegenüber der Regierung. So können die Mitarbeiter_innen des Kulturkanals ViveTv teilweise selbst über die Inhalte der Sendungen entscheiden. Der internationale Nachrichtenkanal TeleSur und der Unterhaltungssender Tves werden durch einen Beirat beziehungsweise eine Stiftung verwaltet, wo neben Vertreter_innen des Ministeriums auch andere gesellschaftliche Gruppen beteiligt sind.

Durch diese verschiedenen Initiativen für öffentliche Medien können die Venezolaner_innen sich heute aus unterschiedlichen Quellen informieren. Die Dominanz der privaten Medien wurde schwächer – nicht etwa durch Verbote und Einschränkungen, sondern indem zusätzliche Frequenzen vergeben wurden. Kritiker_innen monieren, teilweise zu Recht, dass sich an der Journalismuskultur des Landes kaum etwas geändert habe, auch die neuen öffentlichen Medien würden parteiisch berichten. Doch private, staatliche und alternative Medien stellen immerhin unterschiedliche Perspektiven dar, auch wenn diese überwiegend einheitlich berichten. Besonders die privaten Medien sind heute weniger „Kampfpresse", auch wenn sie weiterhin im Sinne der Opposition berichten. Gegenüber früheren Jahren sind jedoch gewisse Qualitätsstandards eingezogen.

Die wesentlichste Errungenschaft der letzten Jahre ist allerdings, dass über alternative Medien erstmals Bevölkerungsgruppen ihr Recht auf Kommunikation wahrnehmen können, die früher Opfer der von Annette Massmann festgestellten „Exklusion entlang ökonomischer Merkmale" waren.

// Malte Daniljuk

▼ **Für ein basisnahes Kino** Stencil aus Venezuela

Foto: Dario Azzellini

„MEHR RÄUME WIE DIESEN EROBERN“

INTERVIEW MIT MAIGUALIDA PÉREZ VOM ALTERNATIVEN FERNSEHSENDER CALIPSO TV

Die Unterstützung von alternativen und kommunitären Medien wurde 1999 in die venezolanische Verfassung aufgenommen. Basisinitiativen im ganzen Land wurden von der Nationalen Kommission für Telekommunikation (CONATEL) registriert und mit technischer Ausrüstung für Radio- und Fernsehproduktionen unterstützt, teilweise staatliche Immobilien zur Verfügung gestellt. Betriebe und staatliche Medien schalten bezahlte Anzeigen in den Alternativmedien und sichern so ihre finanzielle Grundlage. Eines dieser Medien ist Calipso TV.

Hing die Gründung von Calipso TV mit dem neuen Mediengesetz von 1999 zusammen?
Ja, unser Fernsehsender entstand nach der Verabschiedung der neuen Verfassung, in der Bestimmungen zu alternativen und kommunitären Medien in verschiedenen Artikeln verankert wurden. Wesentlich ist Artikel 5. Dieser legt fest, dass die Souveränität vom Volk ausgeht. Der eindeutigste ist Artikel 108, der bestimmt, dass Medien zur Bildung der Bürger beitragen sollen und ein weiterer Artikel legt die Grundlage für Basismedien sowie für eine offene und freie Kommunikation.

Mit welchem Ziel wurde Calipso TV gegründet?
TV Calipso wurde nach dem bekannten Staatsstreich vom 11. April 2002 gegründet. Nach diesem Medienangriff organisierten sich die Leute, weil ihnen klar war, dass ein Bruch mit dieser Medienkanaille notwendig ist. Außerdem war die Meinung weit verbreitet, dass es im bolivarischen Staat ein alternatives und kommunitäres Fernsehen geben muss. Es ist wichtig, dass die Leute aus den Gemeinden selbst den Informationsfluss gestalten können, dass sie Zugang zu präziser und stetiger Kommunikation haben. Calipso ist also eine Errungenschaft aller Venezolaner und der vielen Leute, die 2002 mit diesem Kampf begonnen haben.

Welchen Auftrag hat Calipso TV?
Unser vorrangiges Ziel ist es, nicht zu wiederholen, was wir immer kritisiert haben, nämlich das, was die privaten Fernsehsender machen. Denn sie repräsentieren sehr partikulare Interessen oder die ihrer Familien. Die ganze Arbeit von Calipso wird deswegen kollektiv durchgeführt, das heißt der Kanal gehört dem Volk und keiner einzelnen Person. Calipso soll letztendlich ein an der Basis orientiertes, kommunitäres Medium sein.

Was für eine Beziehung hat Calipso TV zu den Gemeinden von Ciudad Guayana?
Die Gemeinden werden in die Arbeit einbezogen. Zum einen wird die Basis in den Gemeinden durch Calipso organisiert und zum anderen beteiligt sie sich an Calipso. Die Leute engagieren sich, wenn es eine Problematik gibt, die sie berührt. Da wir gerade größer werden, wollen wir stärker mit den Gemeinden kooperieren, damit wir gemeinsam wachsen können. Und auch damit die Gemeinden lernen, selbst mit der technischen Ausrüstung umzugehen. Wir haben eine Schule, in der alle ausgebildet werden, die mit der Kamera arbeiten oder am Drehbuch, an der Produktion mitwirken, an der ganzen Reihe von Arbeiten eben, die beim Fernsehen anfallen.

Wie funktioniert die tägliche Berichterstattung?
Wir machen ein Programm, das wir permanent füllen müssen. Ein Team geht zusammen mit Kollektiven aus einzelnen Gemeinden auf die Straße, zu verschiedenen Organisationen und Bewegungen, um zu erfahren, was gerade in der Stadt ge-

schieht. Oder was sich in der Kultur, der Bildung oder im Sport tut, zum Beispiel interessieren uns neue Sporttechniken, die die Jugendlichen entwickeln. Wir beobachten auch, wie sich der Sozialistische Plan von Guayana entwickelt. Das ist ein Programm, das Präsident Chávez vor zwei Jahren startete und das noch in der Entwicklungsphase ist.

Habt ihr Verbindungen zu anderen Kollektiven?

Natürlich! Wie versuchen uns jetzt auf nationaler Ebene besser zu organisieren. Nächste Woche haben wir ein nationales Treffen, um über unsere Fortschritte, Stärken und Schwierigkeiten zu diskutieren, damit wir als alternatives Medium weiter wachsen können. Wir arbeiten mit vielen verschiedenen Kollektiven, einem Netzwerk von Gemeinden, sozialen Basisorganisationen, Arbeitern und Gewerkschaften zusammen. Auch mit den Gemeinderäten kooperieren wir und wir sind über den Bundesrat mit der nationalen Regierung vernetzt. Wir arbeiten aber auch mit der Landbevölkerung zusammen, mit den landwirtschaftlichen Produzenten. Beispielsweise beraten wir jetzt eine Gruppe von Kollegen, die sich der Entwicklung im Ernährungsbereich widmet.

Würdest du sagen, dass euer Sender politisch ist?

Schau, wir sind Menschen und als solche sind wir zutiefst politisch. Unser Sender fühlt sich dem Prozess, in dem sich unser Land gerade befindet, verpflichtet. Weil es eben dieser Prozess ist, der uns zum Leben erweckt hat, durch den wir die Möglichkeit bekommen haben, uns zu entfalten, sichtbar zu machen, was lange unsichtbar war und was andere, private Medien noch immer nicht sichtbar machen. Ja, unser Sender ist auf einer politischen Linie mit der Regierung. Warum? Weil wir eine Regierung haben, die uns Möglichkeiten gegeben hat, die es in der Geschichte des Landes noch nie gegeben hat. Man muss das anerkennen. Es nicht anzuerkennen wäre sehr ignorant in Anbetracht all der Bemühungen dieser Regierung, uns die Möglichkeit zu geben, uns zu organisieren und uns zu beteiligen.

Mit welchen Schwierigkeiten hattet ihr bei eurer Arbeit zu kämpfen?

Der Kampf war sehr hart. Manche Regierungsbeamte wollten diesen neuen Raum für sich selbst beanspruchen. Aber wir haben friedlich gekämpft, und wir haben diese Schwierigkeiten überwunden. Außerdem organisieren wir uns auf nationaler Ebene, um diese Angriffe zu verhindern. Wir leben immer noch in einem kapitalistischen, ausbeuterischen Staat und wir haben ein anderes Konzept vom Leben als dieser räuberische Kapitalismus. Ein weiteres Problem sind für uns die Kosten. Ohne Zweifel kostet ein Fernsehsender sehr viel, aber verschiedene Organisationen, wie beispielsweise die CONATEL (Nationale Komission für Telekommunikation, Anm. d. Red.), haben uns bei der Finanzierung geholfen.

Welche Zukunftsperspektive hat Euer Kollektiv?

Wichtig ist, dass dieser Sender eine Errungenschaft für die Gesellschaft ist. Dieser Raum ist ein befreiter Raum – ein Raum des Volkes, in dem es sich beteiligen kann und wir wollen auf keinen Fall, dass unser Sender die Grundidee, für die er geschaffen wurde, aus den Augen verliert. Wir bemühen uns darum, dass sich nach und nach ein freies und kollektives Bewusstsein entwickelt, damit wir die Fehler nicht wiederholen, die wir immer kritisiert haben. Es ist wichtig, dass wir diesen Raum besitzen, und es ist wichtig, dass wir mehr Räume wie diesen erobern. Momentan versuchen wir, uns auf nationaler Ebene noch besser zu organisieren, damit alle diese kollektiven und alternativen Sender wie Calipso gemeinsam wachsen können.

// Interview: Clay Johnson

MAIGUALIDA PÉREZ

ist Direktorin von Calipso TV, außerdem Anwältin und Präsidentin der Kommunitären Stiftung Churum Meru. Zu den Programminhalten von Calipso TV zählen Themen wie Bildung, die Gemeinde und „Beiträge zur Verbreitung der Errungenschaften der Revolution".
http://calipsotve.blogspot.de/
twitter: @tvcalipso.
http://www.youtube.com/user/calipsotve

FERNBEDIENUNG ALLEIN REICHT NICHT

INTERVIEW MIT JOÃO BRANT VON INTERVOZES – BRASILIANISCHES KOLLEKTIV FÜR SOZIALE KOMMUNIKATION

Die Landlosenbewegung MST und die brasilianische Frauenbewegung fordern das „Menschenrecht auf Kommunikation" ein. Warum hat dieses Thema in Brasilien so eine Bedeutung?

Das Rundfunkgesetz in Brasilien stammt aus dem Jahr 1962, seitdem wurde es nicht mehr grundlegend geändert. In den 1970er und 1980er Jahren fanden sehr starke Konzentrationsprozesse in den Medien statt, in denen diese ihre Verbindungen zur Politik stärken konnten. Ein wichtiger Wendepunkt war die Debatte über die neue Verfassung, aber auch diese mündete 1988 nicht in konkrete Gesetze. Die Verfassung formuliert Grundsätze zu Monopolen und Oligopolen im Medienbereich. Sie spricht von den Prinzipen der sozialen Kommunikation bei elektronischen Medien und legt die gegenseitige Ergänzung des privaten und des öffentlichen Kommunikationssektors fest. Aber zu allen diesen Punkten wurde nie ein Gesetz formuliert. In der Praxis wurde also im Kommunikationssektor nicht einmal die Verfassung in Kraft gesetzt. Die Regierung weiß ganz genau, dass hier Gesetzgebungsbedarf besteht. Aber es bewegt sich nichts, weil die Massenmedien daran interessiert sind, dass diese Diskussion nicht vorankommt.

Intervozes hat ein Video namens „Levante sua voz" (Erhebe Deine Stimme) gedreht. Darin heißt es, in Brasilien kontrollierten elf Familien die Medien. Wie viel Prozent der Zuschauer_innen erreichen diese elf Familien?

99 Prozent. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen hat vielleicht ein Prozent der Einschaltquoten. Und wenn wir von elf Familien gesprochen haben, dann waren wir sogar großzügig. Denn wir haben auch die hinzugezählt, die große Medienunternehmen besitzen, aber keine Anteile an Fernsehsendern. Das brasilianische Rundfunk-

Foto: Flickr-fora-do-Eixo-CC BY-SA 2.0

JOÃO BRANT

ist Mitglied von Intervozes – Brasilianisches Kollektiv für Soziale Kommunikation und der Geschäftsführung des Nationalen Forums für die Demokratisierung der Kommunikation (FNDC). Nach einem Abschluss in Publizistik, machte er seinen Master in Kommunikationspolitik an der London School of Economics and Political Science (LSE) und anschließend eine Promotion in Politikwissenschaften an der Universität von São Paulo. Er arbeitete als Redakteur in Tageszeitungen, Zeitschriften und Fernsehprogrammen und schrieb zwei Bücher zum Thema Kommunikationspolitik.
http://www.intervozes.org.br/

system funktioniert so, dass fünf Familien die gesamte Programmgestaltung kontrollieren und die lokalen Sender diese nur übernehmen. TV Globo sagt: „Wir besitzen nur Sender in São Paulo, Rio, Belo Horizonte, Recife und Brasília." Aber die Verträge, die TV Globo mit den Lokalen abgeschlossen hat, verpflichten diese, 95 Prozent des Programms zu übernehmen. Im Süden ist das System ein bisschen komplizierter, aber im Prinzip funktioniert es in ganz Brasilien so. In der Praxis verkauft Globo sogar die Werbung in den lokalen Sendern. Über dieses Netzwerk reproduziert sich die Konzentration. In der Theorie ist das Mediensystem in Brasilien dezentralisiert, aber in der Praxis ist es komplett zentralisiert.

In eurem Video heißt es auch, dass 25 Prozent der Senator_innen und zehn Prozent der Abgeordneten eigene Radio- oder TV-Sendelizenzen besitzen. Sind es in Wirklichkeit nicht noch viel mehr?

Diese Zahlen können wir klar und einfach belegen, denn die Parlamentarier sind bei der staatlichen Behörde ANATEL registriert, die Einkünfte aus den Sendern tauchen in ihren Einkommenserklärungen auf oder Familienangehörige ersten Grades sind als Lizenzträger eingetragen. Wir vermuten, dass die Zahl sehr viel höher ist, insbesondere, wenn man die Strohmänner noch mit einbezieht. Aber das ist schwierig zu belegen.

Warum erlebte die Bewegung für das „Menschenrecht auf Kommunikation" Anfang der 2000er Jahre so einen Aufschwung?

Anfang 2000 erschienen neue politische Akteure wie Intervozes oder das Weltsozialforum und zum ersten Mal seit dem MacBride-Report der UNESCO 1980 diskutierte man mit mehr Nachdruck das Menschenrecht auf Kommunikation. Als dann 2002 Lula da Silva zum Präsidenten gewählt wurde, weckte dies Erwartungen auf konkrete bundespolitische Maßnahmen. Aber die PT-Regierung hat sich in der Kommunikationspolitik immer sehr ängstlich verhalten und verhält sich weiterhin so. Das verhindert, dass die Debatte in konkrete Gesetze mündet. Und auch die Regierung Dilma Rousseff ist auf diesem Politikfeld eine Enttäuschung. Bisher gibt es keine einzige konkrete Gesetzesinitiative. Auf der positiven Seite der Regierungsbilanz von Lula muss man allerdings die Gründung von TV Brasil erwähnen, eines öffentlich-rechtlichen Senders, den es vorher in Brasilien nicht gab. Aber: TV Brasil sollte landesweit zu empfangen sein. Das wurde bis heute nicht umgesetzt. Nur in zehn Städten und Landkreisen kann man TV

Foto: Claudia Fix

Foto: Claudia Fix

Brasil über Antenne empfangen und das Kabelfernsehen hat nur einen Marktanteil von 20 Prozent.

Gab es denn von 2003 bis heute Erfolge in der Medienpolitik?

Oh ja, es gab Erfolge. Zum einen hat sich die Bewegung sehr verbreitert. Die Nationale Konferenz zu Kommunikation hat 2009 die Debatte intensiviert: Fast 30.000 Menschen haben auf kommunaler, regionaler und nationaler Ebene an diesem Prozess teilgenommen. Die Initiative dazu ging von der Bundesregierung selbst aus, um Grundsätze in der Kommunikationspolitik zu formulieren. Aber nach dieser Konferenz hat Brasilien die Gelegenheit verpasst, die Vorschläge der Konferenz in die Praxis umzusetzen. Es gab über 600 angenommene Vorschläge – viele davon übrigens im Konsens mit einem Teil der Medienwirtschaft verabschiedet, die verstanden hatte, dass man der Konzentration Grenzen setzen muss. 2010 hat die Regierung einen Gesetzesentwurf vorbereitet, aber er wurde nicht verabschiedet. Das ist sehr schwerwiegend, weil Brasilien es so versäumt, einen Teil des Erbes aus der Militärdiktatur aufzuarbeiten und dadurch ohne demokratische Regulierung seines Mediensektors verharrt. Und ohne Demokratisierung der Medien gibt es keine Garantie für den Erhalt der Demokratie.

Ist die Bewegung für das „Menschenrecht auf Kommunikation" noch aktiv?

Ja, auf jeden Fall. Im vergangenen August wurde die Kampagne „Para Expressar a Liberdade" lanciert, in der es genau darum geht, dass das Recht, die eigene Meinung auszudrücken, für alle und jeden gelten muss. Aber solange die Regierung nicht signalisiert, dass sie das Thema auf die Agenda setzen wird, ist es sehr schwierig, darüber eine öffentliche Debatte zu führen.

Ist von Präsidentin Dilma Rousseff noch etwas in Bezug auf die Medienpolitik zu erwarten?

Präsidentin Dilma hat eine sehr konservative Haltung in diesem Politikfeld. Unsere Perspektive ist da pessimistisch, zumindest was ihre jetzige Amtszeit betrifft. Sie bleibt in der Auffassung stecken, dass die Fernbedienung als Instrument ausreicht, um Pluralismus und Diversität zu garantieren. Und wir vertreten die Ansicht, dass die Fernbedienung nur die Auswahl dessen erlaubt, was verfügbar ist. Um wirklich Pluralität und Diversität zu garantieren, bedarf es einer ganzen Reihe von politischen Maßnahmen und staatlichen Regulierungen, wie es auch in den europäischen Ländern der Fall ist.

Und außerhalb der Regierungspolitik: Was ist die Perspektive von Intervozes?

Die Kampagne „Para expressar a liberdade" schließt eine Gesetzesinitiative „von unten" für ein Mediengesetz mit ein. Wir sind es leid, auf die Regierung zu warten, auch wenn wir es besser fänden, wenn die Regierung einen Gesetzesentwurf vorbereiten würde. Wir brauchen dafür ungefähr 500.000 Unterschriften, die wir in den ersten sechs Monaten dieses Jahres sammeln müssen. Wir hoffen, dass über dieses Instrument die Demokratisierung der Kommunikation endlich vorankommt.

// Interview: Claudia Fix

ZUKÜNFTIG CROSSMEDIAL?

DIE MEDIEN DER FAVELAS: STADTZEITUNGEN, BLOGS, VIDEOS UND COMMUNITY-RADIOS

In den Favelas Brasiliens setzen die Bewohner_innen den negativen Bildern der Massenmedien eigene Berichterstattung entgegen. Kontinuierlich entwickeln sich die unterschiedlichsten Medien weiter und die Produzierenden werden immer besser.

Hier, lies mal das! Gizele Martins, Redakteurin der alternativen Zeitung *Cidadão do Bairro Maré*, drückt mir die aktuellen Nachrichten der Tageszeitung *O Globo* in die Hand. Das konservative Blatt beschreibt einen Polizeieinsatz gegen Crackkonsumenten: „Vor dem Einsatz der Militärpolizei drangen die Agenten der Militärpolizei in die Favelas Parque União und Novo Holanda ein, um Angriffe von Drogenhändlern zu verhindern. Es kam zu intensiven Schusswechseln und zwei Polizisten der Spezialeinheit Bope wurden von Splittern verletzt."
„Diese Sorte Berichterstattung, die uns Bewohner der Favelas nur im Zusammenhang mit Drogenkonsum und Polizeieinsätzen erwähnt, ist genau unser Problem", sagt Gizele. „Klar sind wir nun gefragt, diese Mediendarstellung zu komplettieren. Wir werden einen Text über die Polizeigewalt im Viertel schreiben, über die Notwendigkeit auch Crackkonsumenten würdevoll zu behandeln – und wir werden auch den Zwangsentzug und das Wegsperren der Armen kritisieren."
Seit 15 Jahren gibt es die alternative Zeitschrift *Cidadão* in der Maré, einem Gebiet im Norden Rio de Janeiros, das 16 Favelas umfasst. Aktuell erscheint sie alle drei Monate in einer Auflage von 20.000 Exemplaren. Nicht viel, wenn man das mit *O Globo* vergleicht, von der täglich 300.000 Stück gedruckt werden. Aber die *Cidadão* sieht sich in der Tradition der beliebten Community Medien, die bereits vor dem Militärputsch 1964 existierten. Heute ist sie eine der ältesten noch existierenden Stadtteil-Zeitungen.
„Zum Ende der Diktatur, in den 1980er Jahren, lebten zensierte Zeitungen wieder auf, aber auch neue Formate entstanden: Radios, Dokumentationen, Fotoserien. Die Stadtteilbewegungen trugen viel zum Erstarken der Community Medien bei", erzählt mir die Journalistin und Historikerin Claudia Santiago in ihrer Buchhandlung. Claudia kennt dieses Kapitel der Mediengeschichte sehr gut, erzählt den Teilnehmer_innen des von ihr organisierten Journalistikkurses immer wieder davon. Denn so erdrückend die brasilianische Medienkonzentration auf den ersten Blick erscheint, so vielfältig und kontinuierlich sind die Versuche, der etablierten Presse etwas entgegenzusetzen.
Damit das so bleibt, beschloss Claudia, die die gewerkschaftsorientierte Organisation Núcleo Piratininga de Comunicação (NPC) mitgründete, bereits 2003 sich nicht ausschließlich der Situation in den Fabriken zu widmen. Stattdessen wendete sie sich auch dem sonstigen Leben der Arbeiter_innen zu. Seitdem besuchen nicht nur „Kinder der Arbeiterbewegung" und Jugendliche aus den Favelas die Praxiskurse von NPC und erstellen gemeinsam die Zeitung *Vozes das Comunidades*. „Es kommen Mütter, Ingenieure, Landlose, Vertreter sozialer Bewegungen, 14-Jährige, über 60-Jährige", berichtet Claudia und zählt dann dutzende Namen bis heute Aktiver auf. Auch Gizele ist darunter und kann noch immer die Tipps für gelungenen Stadtteiljournalismus aufzählen: „Einfache Sätze, einfache Wörter, kurze Absätze, kurze Texte, Überschriften mit Subjekt, Objekt und Prädikat. Und wenn auch das nicht hilft, dann lesen wir eben vor", sagt Gizele. „Oft fehlt leider die Zeit, in der Freizeit auch noch die Zeitung vorzulesen. Aber bei einer Tasse Kaffee von einer Leserin direktes Feedback zu bekommen ist unvergleichlich.

„Video wird genutzt, um die eigenen kulturellen Praktiken zu dokumentieren."

Dann merke ich jedes Mal, die Zeitung ist nach wie vor das wichtigste Kommunikationsmittel für viele Menschen hier."

Doch auch die neuen Medien sind in den Favelas auf dem Vormarsch. Eine Studie des Observatoriums der Favelas (OF) stellte 2011 fest, dass von 104 dokumentierten Medien die Zahl der klassischen Stadtteil-Zeitungen von Blogs um ein Drittel übertroffen wird. Auf dem dritten Platz stehen die Community Radios. Für den Gründer des Observatoriums, Jailson de Souza e Silva, belegt dies, dass Kampagnen in den Stadtteilmedien heute viel breiter angelegt sein müssen: „Die Formate waren früher andere, aber die fallenden Kosten der Kommunikationsmittel haben neue Zugänge geschaffen." Auch das Observatorium sei dafür ein gutes Beispiel. „Wir sind die erste Generation, die sich technische und akademische Werkzeuge angeeignet hat, um einen anderen Blick auf die Favelas zu ermöglichen, andere Repräsentationen zu schaffen. Denn selbst im Diskurs der Linken haftet den Favelas immer etwas Mangelhaftes und Prekäres an. Und die Logik des Mitleids bringt auch davon getragene Politik hervor", formuliert er offensiv. Deshalb editiert das OF Sachbücher, gibt Kurse in affirmativer Werbung, prägt Begriffe und schafft eigene Bilder.

„Wir müssen mediale Räume kontrollieren und Politik gestalten können."

Was das erfolgreichste Projekt des Observatoriums ist, erklärt sich bei einem Besuch dieses Thinktanks der Maré von selbst. Der lange Korridor, der die einzelnen Büros, Unterrichtsräume, Computersäle und Photolabors verbindet, ist eine Galerie großformatiger Fotos, allesamt Arbeiten von Mitwirkenden des Projektes Imagens do Povo (IP). Seit dem Jahr 2004 sind hier über 260 Fotograf_innen ausgebildet worden. Viele von ihnen, aber auch andere Professionelle, gehören heute zu den 66 ständigen Mitarbeiter_innen der gleichnamigen Agentur. Die ist über eine umfangreiche Bilddatenbank im Internet präsent. Das erklärte Ziel von IP ist es, „die positive Seite der Favela zu zeigen", betont die Koordinatorin Juana Maaza. Das Suchwort „Crack" bringt beispielsweise null Treffer in der Bilddatenbank. „Ich denke, eine übermäßige Aufmerksamkeit für Gewalt und Drogen in der Favela nützt niemandem. Wir wollen auch glückliche Menschen zeigen, Arbeiter und Schülerinnen. Auch sie verdienen es repräsentiert zu werden", sagt Juana.

Verdienen sollen auch die Fotograf_innen etwas, die bei IP mitarbeiten. Vor allem Verlage, Museen und die Presseabteilungen der Partnerorganisationen gehören zur Kundschaft, Zeitungen eher nicht. „Wir produzieren keine News, sondern Bilder des Alltags, ein visuelles Gedächtnis", sagt Juana. Der Verkauf der Fotos reiche leider nicht für ein eigenfinanziertes Dasein, Fördermittel machen nach wie vor den Großteil des Budgets aus. Dennoch wird für die Veröffentlichung der Bilder in der Regel ein Honorar gefordert, denn „leider leben wir in einer kapitalistischen Welt," rechtfertigt Juana die kommerzielle Rechteverwertung. „Klar können nicht alle zahlen, das ist immer Verhandlungssache. Wir konsultieren, wenn nötig, die Autoren und bitten sie um Freigabe".

Stadtteilzeitungen wie die *Cidadão* aber auch *Maré de Notícias* erledigen das meistens selbst. Einige Fotograf_innen von IP arbeiten dort auch ehrenamtlich mit und helfen regelmäßig mit Bildmaterial, berichtet Gizele. Überhaupt laufe die Kooperation zwischen den unterschiedlichen Projekten größtenteils nur auf persönlicher Ebene. Das Konkurrenzdenken der NGOs, die in der Maré Stadtteilmedien fördern, erschwere eine Zusammenarbeit, meint Gizele. „Wir könnten gemeinsam viel stärker sein. Wir könnten noch bessere Medien machen, wenn wir uns nicht selbst so strikte Grenzen ziehen würden."

Sie selbst hat jedoch ihre Zweifel am derzeitigen Boom der Internetprojekte: „Blogs und Social Media sind wichtig, aber das Publikum ist nicht so breit gefächert, wie das der Community Radios oder der gedruckten Zeitungen. Klar gibt es Internetcafés, aber wer liest denn dort schon den *Cidadão*? Die meisten spielen Online-Games oder sind bei Orkut oder Facebook." Der Blog vom *Cidadão* werde eher von einem akademischen Publikum, von Leuten außerhalb der Maré genutzt, was jedoch auch wichtig sei.

Auch das NPC wird im diesjährigen Journalistikkurs einen Blog erstellen, mit allen produzierten Beiträgen in Schrift, Bild und Ton gemeinsam. „Das Internet ist ein weiteres Element, das potentiell alles verbindet", meint Kursleiterin Claudia. Jailson vom OF geht noch einen Schritt weiter. Für ihn sind die medialen Online-Auftritte der Favelas

▲ **Fotoagentur Imagens do Povo** Aktivistin vor einem Graffito des Künstlers Goaboy

„deren Eintritt ins 21. Jahrhundert." Ganz besonders Videoproduktionen und die Entwicklung einer neuen Ästhetik seien von großer Bedeutung: „Denn Video wird genutzt um die eigenen kulturellen Praktiken zu dokumentieren, die Passinho-Tanzschritte des Baile-Funk zum Beispiel. Das ist sehr, sehr wichtig, denn sichtbar zu sein, war im Fall der Favelas schon immer ein Problem!"

Community-TV zu senden, ohne eine Frequenz zu besitzen oder Youtube zu nutzen, das ist seit 15 Jahren der Ansatz von TV Tagarela in der Rocinha, einer Favela im Süden Rios. Inspiriert von den populären Videoperformances von TV Maxabomba in den 1980er Jahren entwickelten sie ein ganz eigenes Fernsehformat, und zwar mitten auf der Straße: Eine Leinwand, Lautsprecher, ein Beamer, ein Computer und schon kann es losgehen. „Normalerweise kombinieren wir die Themen unserer Videos mit anderen kulturellen Ausdrucksformen", erklärt Arley Macedo die Programmgestaltung. „Mit einer Capoeiragruppe, einer Hip-Hop-Crew oder einer Theaterschule überlegen wir gemeinsam, was wir machen können. Unser Publikum sind die Passanten. Wenn einige stehenbleiben, dann ist das schon super."

Auch was die finanzielle Nachhaltigkeit angeht, haben sie eine ungewöhnliche Arbeitsweise entwickelt. Das mangelnde Interesse an finanzieller Förderung von TV Tagarela betrachtet Arley inzwischen sogar als Vorteil. „Da wir als Produzenten immer besser geworden sind, konnten wir uns mehr und mehr durch Auftragsarbeiten über Wasser halten. Anfangs haben wir noch Hochzeiten gefilmt, inzwischen produzieren wir regelmäßig für den Gesundheitskanal einer philanthropischen Stiftung. Damit können wir die wichtigsten Fixkosten decken."

Schwierigkeiten bereiten TV Tagarela dagegen die Auswirkungen der 2011 erfolgten sogenannten polizeilichen Pazifizierung (UPP) der Favela. „Durch UPP und Urbanisierungsprogramme sind viele Orte verloren gegangen. Der Kinderspielplatz hier unter dem Fenster war ideal, um Events zu organisieren", zeigt Arley. „Jetzt ist da eine Freilicht-Muckibude, gesponsert von einer Bank, die Bodybuilidng in der Favela fördern will. Fast nirgendwo passt mehr eine Bühne hin."

Vielleicht ist auch das ein Grund dafür, dass TV Tagarela sich gerade bemüht, eine Webseite aufzubauen. Während Arley hinter einer ehrenamtlichen Programmiererin her telefoniert, werden im *Cidadão do Bairro Maré* bereits die ersten Artikel über die neuerlichen Polizeieinsätze diskutiert. Die werden zuerst als Blogbeitrag erscheinen, da die Layouterin gerade weggezogen ist. Statt als Mangel kann diese Flexibilität auch als Stärke aufgefasst werden. Welche Formate in den Favelas künftig Bild und Ton angeben werden, ob online, offline oder crossmedial, wisse ohnehin niemand genau, meint Claudia und zieht ganz beiläufig den Buchtitel „Die offenen Medien Lateinamerikas" aus dem Buchregal. „Wir müssen einfach garantieren, dass die Bewohner der Favelas auch weiterhin mediale Räume kontrollieren und Politik gestalten können."

// Nils Brock

DUOPOL FÜR DEN NEOLIBERALISMUS

DIE CHILENISCHEN PRINTMEDIEN BEFINDEN SICH IN DER HAND ZWEIER MEDIENKONZERNE

In Chile teilen sich im Printbereich die zwei Konzerne El Mercurio und COPESA den größten Teil des Medienmarktes, was von kritischen Journalist_innen und sozialen Bewegungen immer wieder kritisiert wird – auch wegen der inhaltlichen Ausrichtung der vom Konzern veröffentlichten Printmedien.

„Das Land kann stolz darauf sein, über Jahrhunderte eine aufmerksame, polemische und kämpferische Pressetradition entwickelt zu haben, die es immer geschafft hat, sich gegen staatliche oder private Interessen durchzusetzen, wenn versucht wurde, sie zum Schweigen zu bringen oder anderen Interessen unterzuordnen". Das schrieb die Zeitung *El Mercurio* in ihrem Leitartikel zum 200-jährigen Bestehen der Presse in Chile am 15. Februar 2012. Dass diese Aussage angesichts der Medienlandschaft während der Militärdiktatur, als lediglich die Tageszeitungen *El Mercurio* und *La Tercera* erlaubt waren, blanker Hohn ist, ist offensichtlich. Aber auch heute ist ein Großteil der Presse in Chile weder aufmerksam, noch unabhängig von staatlichen oder privaten Interessen.

Besonders problematisch ist in Chile, wie Reporter ohne Grenzen in ihrer Rangliste der Pressefreiheit 2013 anmerkt, die Medienkonzentration. Den Zeitungsmarkt teilen sich zwei große Medienkonzerne: die Gruppe El Mercurio und das Consorcio Periodístico de Chile Sociedad Anónima (COPESA). Wenn man lediglich die Tageszeitungen – ohne gratis erscheinende Zeitungen – betrachtet, hat die Gruppe El Mercurio einen Marktanteil von 53 Prozent, COPESA einen Anteil von 46 Prozent. Das restliche Prozent Marktanteil hat die Tageszeitung *La Nación*, deren Hauptaktionär der chilenische Staat ist.

Die vier Subunternehmen von El Mercurio gehören alle der Familie Edwards, weswegen in Bezug auf die Zeitungen der Gruppe auch vom „Imperio Edwards", dem Imperium der Edwards, gesprochen wird. Präsident der Firma ist Agustín Edwards, der diesen Posten seit dem Tod seines Vaters 1956 innehat. *El Mercurio* hatte im Vorfeld des Putsches gegen Salvador Allende im Jahr 1973 von der CIA finanzielle Unterstützung erhalten, um gegen die Regierung zu arbeiten, wie der Church-Report zur Aufarbeitung der Verwicklungen der CIA in Chile feststellte.

Agustín Edwards selbst gilt als politisch rechtskonservativ, was sich auch daran zeigt, dass er der Stiftung Paz Ciudadana (Bürgerlicher Frieden) vorsitzt, die sich auf die Fahne geschrieben hat, die Kriminalität zu mindern, indem sie Einfluss auf die öffentliche Meinung und politische Entscheidungsträger_innen nimmt. Diese persönliche Fokussierung auf sicherheitspolitische Themen findet sich auch in der redaktionellen Arbeit der Zeitungen wieder. In ihren Leitartikeln werden regelmäßig Aufrufe zur Verschärfung der Maßnahmen gegen Kriminalität gefordert, was sich auch auf „politische Kriminalität", wie Vergehen auf Demonstrationen, bezieht.

Der zweite Riese im chilenischen Printmediengeschäft, die Aktiengesellschaft COPESA, hat eine kompliziertere Besitzstruktur als das Familienunternehmen El Mercurio. Das Unternehmen, das *La Tercera* die zweitgrößte kostenpflichtige Tageszeitung des Landes herausgibt, ist auf sechs Eigentümergesellschaften verteilt, die jeweils 16,6 Prozent der Aktien des Unternehmens halten. Einer Studie der beiden Wissenschaftler Osvaldo Corrales Jorquera und Juan Sandoval Moya der Universidad de Santiago zufolge fällt auf, dass die Einzelpersonen, die hinter den Gesellschaften stehen, ihre Anteile an COPESA über ihre guten Kontakte zur Militärdiktatur erhalten haben.

Dass nur zwei Medienkonzerne die chilenische Printpresse dominieren, ist kein Zufall. Während es bis zum Militärputsch 1973 eine große Vielfalt an Zeitungen und Zeitschriften gab, die mit unterschiedlichen politischen Strömungen oder Par-

Foto: Santiago Engelhardt

teien verbunden waren, wurde die Presse unter Pinochet gleichgeschaltet und bis auf *El Mercurio* und *La Tercera* verboten. Allerdings gab es einige in der Klandestinität oder teilweise in Europa produzierte Zeitungen und Zeitschriften, wie *Análisis*, *Apsi*, *Mensaje* und *Hoy*, die gegen die Diktatur anschrieben. Nach dem Ende der Diktatur, zu dem auch die oppositionelle Presse ihren Teil beitrug, sahen sich die Zeitschriften mit ökonomischen Schwierigkeiten konfrontiert, die durch die Regierungspolitik des christdemokratischen Präsidenten Patricio Aylwin noch verschärft wurden. Sämtliche öffentlichen Einrichtungen und die Regierung belegten die vier kritischen Zeitschriften mit einem Werbeembargo und beschränkten sich darauf, in der konservativen Presse, die die Militärdiktatur unterstützt hatte, zu inserieren (s. *LN* 426). Gleichzeitig verbot sie die Finanzierung der kritischen Presse durch die niederländische Regierung, da diese eine Einmischung in innere Angelegenheiten darstelle. Der chilenische Journalist Juan Pablo Cárdenas beschreibt dies in seiner Autobiografie treffend: „Die Übergangsregierung hat sich ganz elegant, ohne Zensur oder Verbot, unliebsamer Kritiker entledigt."

Ein immer wiederkehrender Kritikpunkt an den großen Medien im heutigen Chile ist, dass sie ihre Aufgabe zu informieren zugunsten des Zugewinns von Leser_innen aufgeben. „Letzten Endes geht es den journalistischen Projekten in Chile nicht darum, Leser für ein ideologisches oder politisches Projekt zu gewinnen, sondern darum, in Übereinstimmung mit dem neoliberalen ökonomischen Modell, mit dem sich die großen Medien identifizieren, Konsumenten zu gewinnen", so der Journalist Gustavo González Rodríguez.

Inhaltlich betreiben *El Mercurio* und *La Tercera* in Bezug auf die sozialen Bewegungen Chiles Hofjournalismus der Regierung. Was die Forderungen der Mapuche betrifft, beschränkt sich beispielsweise *El Mercurio* darauf, die Pressemitteilungen der Regierung wiederzugeben. So zitierte die Zeitung anlässlich des am 18. Februar begonnenen Hungerstreiks des gefangenen Mapuche Emilio Berkhoff – ohne Gegenüberstellung der Position Berkhoffs oder einer anderen oppositionellen Stimme – den Pressesprecher der Regierung: „[Berkhoff] wurde nicht wegen seiner politischen Ideen festgenommen, sondern wegen illegalen Waffenbesitzes und Widerstands gegen Vollstreckungsbeamte." *La Tercera* steht *El Mercurio* in diesem Punkt in nichts nach. Die einseitige Berichterstattung über die Studierendenbewegung 2011 veranlasste die damalige Präsidentin der Studierendenorganisation der Universidad de Chile, Camila Vallejo dazu, *La Tercera* keine Interviews mehr zu geben.

Diese Beispiele verdeutlichen die Tendenz innerhalb der Zeitungen dieser Gruppe, soziale und politsche Konflikte einerseits nur aus der Perspektive der staatlichen Akteure darzustellen und andererseits – ganz auf Linie der Stiftung Paz Ciudadana – dadurch zu entpolitisieren, dass sie als Kriminalitätsproblem gezeigt werden. Oder, um es in den Worten der chilenischen Journalistin Alejandra Matus zu sagen, die 1999 wegen ihrer Recherchen zum chilenischen Justizapparat ins US-amerikanische Exil gehen musste: „22 Jahre nach der Rückkehr zur Demokratie herrschen die Laster der Parteilichkeit, der Willfährigkeit gegenüber offiziellen Quellen und die Nachlässigkeit in Bezug auf offenkundige Ungerechtigkeiten bei den traditionellen Medien immer noch vor."

// David Rojas-Kienzle

WIR MACHEN UNSICHTBARE THEMEN SICHTBAR

INTERVIEW MIT DEN CHILENISCHEN RADIOAKTIVISTEN JUAN SCHILLING UND GABRIEL ROJAS VOM RADIOKOLLEKTIV LORENZO ARENAS

In Chile schaffen alternative Medien Gegeninformationen zum allgegenwärtigen Diskurs der Medienkonzerne. Die *LN* sprachen mit den beiden Radioaktivisten Gabriel Rojas und Juan Schilling über Radio Lorenzo Arenas und die Herausforderungen und Probleme des Radiomachens.

Glaubt ihr, dass es mit dem technologischen Fortschritt und dem Aufkommen neuer Technologien noch notwendig ist, über eine Radiofrequenz zu senden?

Juan Schilling: Ein über UKW gesendetes Radio ist absolut notwendig! Die Anbindung ans Internet in Chile ist gut, aber nicht alle sozialen Gruppen haben Zugang dazu. Wenn wir nur Internetradio machen würden, würden das viele junge Leute oder Studenten hören. Aber unser Ziel ist es, quer durch die ganze Gesellschaft Leute zu erreichen. Und es gibt viele alte Menschen in Lorenzo Arenas. Deshalb ist es wichtig, diese Frequenz zu haben. Es gibt zum Beispiel eine Gruppe, die bisher nur im Internet sendet, aber jetzt haben sie uns um einen Sendeplatz gebeten. Das zeigt, dass ein reines Internetradio nicht ausreicht.

Gabriel Rojas: Heute ist die Herausforderung, alle technischen Möglichkeiten kombiniert zu nutzen, um mehr Menschen zu erreichen. Das Internet ist für uns eine wichtige Ergänzung. Nicht innerhalb der Kommune, sondern wegen der Vernetzung mit anderen Regionen und um an andere Informationen zu kommen.

Wer bestimmt die Inhalte bei Radio Lorenzo Arenas, ein Redaktionskollektiv oder externe Gruppen?

G.R. Es ist eine Kombination aus beidem. Auf der einen Seite funktioniert das Radio als Kollektiv. Wir haben monatliche Versammlungen, an denen das ganze Kollektiv zusammenkommt. Außerdem macht jede Gruppe ihre eigenen Treffen und produziert ihre Inhalte, die sie selbst bestimmen. Mit diesen Inhalten hatten wir nie Probleme und haben auch nie Sendungen zensiert.

Entscheidet ihr auf der Basis eines gemeinsamen Konsenses?

G.R. Wir kennen uns alle und wissen, dass das Radio das Ziel hat, die Demokratie und die sozialen Bewegungen zu stärken und eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben. Dementsprechend haben wir einen Konsens über die Inhalte im Radio. Wir als Radiokollektiv sorgen im Wesentlichen dafür, dass das Radio funktioniert und nicht während eines Beitrags aufhört zu senden. Dann sind wir da.

J.S. Wir finden beispielsweise für neue Gruppen einen Platz im Programm, aber in die Inhalte an sich greifen wir nicht ein. Und es funktioniert.

Helft ihr auch dabei, die Arbeit in der Kommune zu organisieren, zum Beispiel nach dem Erdbeben im Februar 2010?

G.R. Ja. Sobald der Strom wieder da war, haben wir wieder gesendet. Wir haben darüber informiert, was passiert ist, und haben den Leuten geholfen, die ihre Angehörigen suchten. Wir haben auch darüber berichtet, was an anderen Orten passiert ist, sind auf die Straße gegangen und haben Interviews geführt. Wir hatten damals kein Telefon, deswegen haben wir alles aufgenommen oder Leute ins Studio geholt.

Wir sind auch zu den lokalen Autoritäten gegangen, um Hilfe für unsere Kommune zu fordern. Dann haben wir ein Treffen zwischen kommunalen und lokalen Behörden und den Sprechern der Nachbarschaftsräte koordiniert. Ausgehend davon wurden Absprachen getroffen, wohin zum Beispiel die Essensrationen gehen sollten. Die Ausgabestelle für 2.000 Mahlzeiten war für einein-

JUAN SCHILLING

GABRIEL ROJAS

Juan Schilling (62 Jahre) und Gabriel Rojas (44 Jahre) sind Journalisten und arbeiten bei der NGO SEDEC, die kommunitäre Medien unterstützt. Im Jahr 2000 gründeten sie das kommunitäre Radio Lorenzo Arenas im gleichnamigen Stadtteil der chilenischen Großstadt Concepción. Das Radio ist in ein Stadtteilzentrum integriert. Es spielte sowohl bei den Bildungsprotesten 2011 als auch bei dem Erdbeben im Februar 2010 eine wichtige Rolle, indem es Aktivist_innen dabei half sich zu organisieren.
// http://rlarenas.blogspot.de/

halb Monate direkt neben dem Radio. Wir haben Lautsprecher aufgestellt und Musik gespielt, um die Leute zu unterhalten, die in der Schlange standen. Über das Radio liefen viele Aufrufe, Essen oder Kleidung für Gemeinden wie Dichato oder die *población* (Armenviertel, Anm. d. Red.) Santa Clara zu spenden. Später haben wir gemeinsam mit Jugendlichen einen Dokumentarfilm in einem Camp gedreht.

Das Radio hat also bei der Hilfe direkt nach der Katastrophe und der Wiederaufbauarbeit recht gut funktioniert. Aber es gibt immer noch viele Menschen, die kein Dach über dem Kopf haben. Im dritten Jahr nach dem Beben leben immer noch Menschen in Lagern. Wir müssen an diesem Thema dranbleiben, weil die großen Medien es ignorieren.

Was ist der Unterschied zwischen dem, was ihr macht, und der Arbeit der großen Medien, wie der Gruppe El Mercurio und der Gruppe COPESA?

G.R. Es gibt riesige Unterschiede. Wir als kommunitäres Radio arbeiten in einer viel kleineren Region. Die großen Medien haben eine nationale Reichweite, aber wir mit unserer geringen Reichweite versuchen, jeden Flecken unseres Sendegebiets zu erreichen. Als kommunitäres Radio haben wir die Möglichkeit, ein Akteur unter anderen Akteuren zu sein, ein Werkzeug, um die Kommune zu vernetzen, zu organisieren und viel näher an den Geschehnissen zu sein.

Außerdem arbeiten wir daran, uns an der Bildung einer Bewegung zu beteiligen, einer transformativen Bewegung. Wir liefern Gegeninformationen

und machen Themen sichtbar, über die andere Medien nicht berichten.

Wie zum Beispiel bei den Bildungsprotesten 2011, als die traditionellen Medien nur Vermummte und „Extremist_innen" zeigten?

G.R. An den Bildungsprotesten haben wir uns direkt beteiligt. Es gab zwei besetzte Schulen. Wir haben die Besetzung begleitet. Die Schüler haben dann in dieser Zeit im Radio Sendungen gestaltet und die Bevölkerung und ihre Eltern, die anderen Schüler, ihre Leute informiert. Wir haben auch zwei öffentliche Veranstaltungen gemacht und die Leute informiert, warum die Schüler die Schulen besetzen und haben damit die Bewegung unterstützt.

J.S. In Concepción gibt es eine Gruppe, die ConceTV heißt und als Live-Stream sendet, mit der wir zusammengearbeitet haben. Alternative Medien wie wir oder ConceTV haben eine wichtige Rolle gespielt, weil die traditionellen Medien über die Proteste einfach nicht berichtet haben. TVN (drittgrößter chilenischer Fernsehsender, Anm. d. Red.) hat dann Archivmaterial benutzt und einen Vermummten gezeigt, der Steine geworfen hat. Das war ihr Hintergrundbild für die Nachrichten. Also eine offensichtliche Manipulation.

Habt ihr auch Probleme, beispielsweise mit Sendelizenzen oder Repression durch die Polizei?

G.R. In den letzten fünf Jahren wurden viele Radios, die ohne Lizenz gesendet hatten, geschlossen. Wir haben 2000 angefangen und eineinhalb Jahre ohne Lizenz gesendet. Dann haben wir eine Frequenz bekommen, nachdem wir uns um sie beworben hatten. Seit 2006 gibt es eine Offensive von Seiten der ARCHI, der Vereinigung der kommerziellen Radios. Sie sind bisher unsere hauptsächlichen Gegner, weil sie – obwohl sie keine Prüfinstanz sind – kontrollieren, ob es Radios gibt, die ohne Lizenz senden. Sie überwachen den Funkraum und schreiben dann Anzeigen bei der Subtel (Regierungsorganisation, die für die Frequenzvergabe verantwortlich ist, Anm. d. Red.). Wenn Subtel feststellt, dass ein Radio ohne Lizenz sendet, dann schließen sie es, oft unter Anwendung von Gewalt.

J.S. Die Repression trifft aber auch Journalisten. Auf Demonstrationen hilft es nicht viel, einen Presseausweis zu haben. Die Polizisten verhaften einen trotzdem, es ist ihnen egal. Es gibt den Fall des deutsch-chilenischen Journalisten Dauno Tótoro, der für ein deutsches Medium berichtete. Die Polizisten haben versucht, ihn festzunehmen, aber die Leute haben ihn wieder befreit. Es gibt Videos davon, die zeigen, wie wenig Respekt die Polizei hat. Die Journalisten werden es in den kommenden Jahren schwer haben, weil die Repression präsent sein wird und der Journalistenverband nicht die Stärke hat, solche Dinge zu verhindern. Diese Vorgänge international öffentlich zu machen, kann helfen, damit diese Art von Übergriffen verhindert wird.

G.R.: Dann gibt es noch das Hinzpetergesetz (Gesetzentwurf, der unter anderem das Versammlungsrecht stark einschränken soll und von sozialen Bewegungen in Chile stark kritisiert wird, Anm. d. Red.), das dazu dient, die soziale Bewegung zu kriminalisieren. Ein Teil des Gesetzes betrifft auch die Weitergabe von Informationen. Die Polizei und die Sicherheitskräfte werden die Medien dazu auffordern können, ihnen Bilder von den Demonstrationen zu übergeben. Das macht uns große Sorgen, denn wir werden aus Prinzip nicht mit Sicherheitskräften zusammenarbeiten und unsere Compas (Kumpel, Anm. d. Red.) und uns selbst ausliefern. Wenn man ihnen die Aufnahmen nicht freiwillig gibt, werden sie beschlagnahmt. Wir müssen einen Weg finden, unsere Videoaufnahmen an einem sicheren Ort zu speichern. Und das wird nicht im Radiogebäude sein, weil sie dort schon einmal eingedrungen sind. Wir sind ein Ziel des Sicherheitsapparats, deshalb müssen wir Vorsichtsmaßnahmen treffen.

Werdet ihr eure Arbeitsweise ändern?

G.R. Mit dem Erstarken der sozialen Bewegungen seit 2011 sind wir in der aktuellen Situation mehr gefordert. Wir als einzelnes Medium können keine Bewegung anführen. Aber wir müssen unsere Kontakte und die Koordination mit den anderen Medien verbessern. Wenn wir ein Gegengewicht zu den traditionellen Medien sein wollen, müssen wir zusammenarbeiten und unsere Informationsbeschaffung verbessern, damit verbreitet werden kann, wo sich Leute organisieren. So können wir dazu beitragen, die sozialen Bewegungen sichtbar zu machen. Und wir müssen alle uns zur Verfügung stehenden Möglichkeiten nutzen, auch die neuen Medien.

// Interview: David Rojas-Kienzle

Medien über Medien

Medien und Demokratie in Lateinamerika, hrsg. von Lateinamerikagruppe Marburg, Rosa-Luxemburg-Stiftung, Berlin 2012, 300 Seiten, 16,90 Euro
Der Sammelband vereint Beiträge zu acht lateinamerikanischen Ländern und zur deutschen Berichterstattung über Lateinamerika. Neben der regionalen und politischen Vielfalt der Länderauswahl reicht die thematische Bandbreite von der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Medienpolitik in Venezuela bis zum Interview mit der Medienaktivistin eines Basisradios in El Salvador.

De mi barrio a tu barrio / Streetart in Mexico, Central America and the Caribbean, hrsg. von Goethe Institut Mexiko: Verlag Gudberg, Hamburg 2012, 240 Seiten, Sprachen: Englisch, Spanisch, 19,90 Euro
Bildband mit sehr vielen schönen Farbfotos von Streetart aus sieben lateinamerikanischen Ländern, Porträts der Künstler_innen und einer ausführlichen Einleitung.

‚Throw Word': Graffiti, Space and Power in Kingston, Jamaica, von Jaffe, Rivke; Rhiney, Kevon; Francis, Cavell (2012). In: Caribbean Quarterly, 58(1), S. 1-20
Wissenschaftlicher Artikel zu Streetart in Jamaica

www.npla.de/materialien
Mit oder ohne Lizenz – unzählige partizipative Sender gestalten als alternative, freie, indigene oder Basis-Radios in Lateinamerika ein vielseitiges Programm. Ausführliche Infoblätter zu Community Radios in Argentinien, Brasilien, Ecuador, Honduras und Mexiko gibt es beim Nachrichtenpool Lateinamerika. Audiobeiträge von NPLA zu Community Medien in Lateinamerika unter: http://www.npla.de/de/onda/serien/communitymedienla

Radio Favela (Uma Onda No Ar), von Helvécio Ratton, Brasilien 2002, 92 min, Videoverleih oder 29,90 Euro im Onlineversand
Warum Radiomachen einfach Spaß macht und eine gute Sache für die Community ist, davon erzählt dieser Spielfilm, der auf der Geschichte von Radio Favela im brasilianischen Belo Horizonte beruht. Die vier jungen Radioaktivisten lassen sich von der Repression, der lokale Radios in Brasilien ausgesetzt sind, nicht unterkriegen – ein immer noch aktueller Film zum Thema.
http://www.umaondanoar.com.b

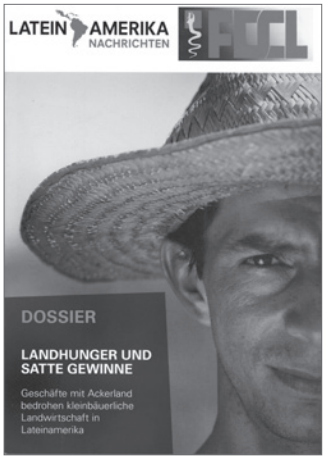
Das Dschungelradio, von Susanne Jäger, Deutschland 2009, 90 min
Der Film erzählt die Geschichte des Community Radios Palabra de la Mujer im ländlichen Nicaragua. Dort weckt Radiomoderatorin Yamileth Chavarríá die Bewohner_innen von Bocana de Paiwas mit Nachrichten über geschlagene, misshandelte, missbrauchte und vergewaltigte Frauen. Sie nennt die Namen der Täter und beendet das Schweigen über die Gewalt gegen Frauen, die in Nicaragua selten verfolgt wird.

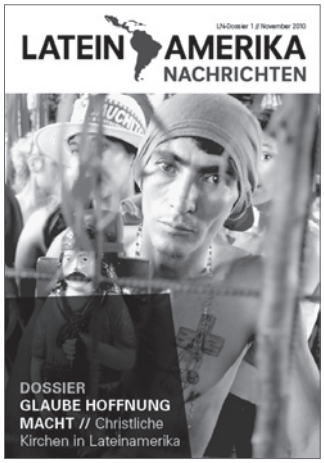
Sachamanta, von Viviana Uriona, Deutschland 2012, 50 min
Der Dokumentarfilm über den Erfolg der Kleinbäuerinnen- und Kleinbauernbewegung MoCaSe – Via Campesina, der es gelungen ist, fünf kommunale Radios aufzubauen. Der unkommentierte Film besteht fast ausschließlich aus Interviews mit Aktivist_innen. http://kameradisten.de/trailer/

PVSt., Deutsche Post AG
Entgelt bezahlt, 11255

Lateinamerika Nachrichten
im Mehringhof
Gneisenaustr. 2a
10961 Berlin

LESEN SIE AUCH DIE ANDEREN DOSSIERS DER LATEINAMERIKA NACHRICHTEN!





Bisher erschienene LN-Dossiers:

Nr. 1 // Glaube Hoffnung Macht // Christliche Kirchen in Lateinamerika // November 2010

Nr. 2 // Wir waren unsichtbar // Honduras nach dem Putsch – Perspektiven der Widerstandsbewegung // April 2011

Nr. 3 // Frauenmorde in Zentralamerika und Mexiko // Juni 2011

Nr. 4 // Landhunger und satte Gewinne // Geschäfte mit Ackerland bedrohen kleinbäuerliche Landwirtschaft in Lateinamerika // September 2011

Nr. 5 // Suche nach Harmonie // Warum indigene Justiz weder gut noch böse ist // Juli/August 2012

Nr. 6 // Verbohrte Entwicklung// (Neuer) Extraktivismus in Lateinamerika // September/ Oktober 2012

Sonderbeilage // Nicaragua: Vom Gestern, Heute und Morgen einer Revolution // 30 Jahre nach dem Sturz der Diktatur // September 2009

Die Dossiers können zum Preis von jeweils 2 Euro zzgl. Versandkosten bei uns bestellt werden:
Per E-Mail an abo@LN-Berlin.de oder telefonisch unter 030 - 694 61 00
www.lateinamerika-nachrichten.de