

Frank Priess **Medien in  
Lateinamerika**

**Zwischen Kontrollfunktion  
und Kommerzorientierung**

**Medien tragen eine große Verantwortung für die demokratische Entwicklung. Wie aber gehen sie damit um, unter welchen Bedingungen kommen ihre Produkte zustande? Die hier präsentierte Bilanz für Lateinamerika ist zwiespältig: Von den Bürgern als Kontrollinstanz vor allem gegen die Politik und Justiz geachtet, ist der Druck auf sie hoch. Unterbezahlte Journalisten, oft von mächtigen Interessengruppen bedroht, schlecht ausgestattete Redaktionen, die eher die Eigentümer- als die Nutzerinteressen spiegeln, Streß, Konkurrenzkampf und Mehrfachjob prägen vielerorts den Alltag. Die Medienkonzentration nimmt bedrohliche Ausmaße an, ungebremst von steuernder Gesetzgebung. Medienkenntnis und Medienkritik sind dagegen weniger denn je.**

■ **Journalismus bleibt ein gefährlicher Beruf**

Ermordet, verletzt, verschleppt, eingeschüchtert: der Journalistenberuf hat auch 1998 für die Pressefreiheit in Lateinamerika einen hohen Blutzoll entrichtet. Und was besonders bedrückend ist: Verbrechen dieser Art werden so gut wie nie aufgeklärt! Dies wirft ein bezeichnendes Licht auf die nach wie vor unvollständige Entwicklung rechtsstaatlicher Strukturen auf dem Subkontinent. Die Taten bleiben ungesühnt, die Täter und vor allem die intellektuellen Autoren dieser Art von Gewalt gehen straffrei aus und erreichen nicht selten ihr Ziel: Unliebsame Stimmen zum Schweigen zu bringen. „Die Wahrheit ist“, so Danilo Arbilla vom Verlegerverband Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) bei der 54. Generalversammlung der Organisation im uruguayischen Punta del Este, „daß viele Fälle unter der Nachlässigkeit, Untätigkeit und Komplizenschaft der staatlichen Autoritäten gelitten haben.“

Auch unterhalb der Schwelle direkter Gewalt sehen sich Medien wirtschaftlichem und politischem Druck gegenüber, der nicht selten Selbstzensur auslöst. Vielerorts arbeiten Politiker an Gesetzentwürfen, deren offenkundiges Ziel es ist, die Bewegungsfreiheit der Medien einzuschränken. Dabei wäre das, was dabei formuliert wird, in Staaten mit unabhängiger Justiz keineswegs so besorgniserregend wie unter den obwaltenden Umständen in Lateinamerika.

■ **Die schwarzen Schafe:  
Kuba, Brasilien,  
Kolumbien, Mexiko, Peru**

Die Sociedad Interamericana de Prensa sieht die größten Probleme auch im Jahre 1998 in Brasilien,

Mexiko, Kolumbien und Peru, abgesehen vom Dauerproblemfall Kuba, wo sich auch in den zurückliegenden zwölf Monaten die Situation unabhängiger Journalisten weiter verschlechterte. Zu den 204 ermordeten Journalisten im Lateinamerika der letzten Dekade haben sich 1998 bis einschließlich Oktober wiederum 26 neue Namen gesellt, mutmaßliche Opfer der organisierten Kriminalität, insbesondere des Drogenhandels, paramilitärischer Gruppen oder einer Guerilla, die längst nicht mehr unter ideologischen Aspekten betrachtet werden kann. Die Motive für Auftragsmorde, die Opfer, die Orte und die Medien lassen kein klares Muster erkennen: Da kann es sich wie bei Oscar Garcia Calderon von der Zeitung *El Espectador* in Bogotá um einen Journalisten handeln, der über Korruption im Stierkampfgeschäft berichtet; um eine Journalistin wie Luz Amparo Gimenez Palares, die sich mit dem Friedensprozeß in Kolumbien beschäftigte und den dubiosen Verkauf von Höfen der vor der Gewalt flüchtenden Bauern durch staatliche Behörden anprangert oder um einen Fernsehreporter wie Bernabe Cortes, der in einer Polizei-Redaktion von Telepacífico arbeitete, um nur einige Fälle aus dem Andenstaat zu nennen. Das nicht nur Kriegsberichterstatter gefährlich leben, bestätigt in ihrem Jahresbericht 1998 auch die Organisation Reporter ohne Grenzen: „Der häufigste Grund für Anschläge auf Journalisten waren deren Recherchen zu Fällen von Korruption oder Verbindungen zwischen Regierungsbehörden und kriminellen Organisationen.“

Daß die Justizbehörden und ihre Repräsentanten mancherorts nicht nur die Aufklärung von Verbrechen gegenüber Medien und Journalisten behindern, sondern auch aktiv an Aggressionen gegen Journalisten beteiligt sein können, berichtet der Präsident der Fundación Manuel Buendia, Miguel Angel Sánchez de Armas aus Mexiko: Von den Übergriffen, die seine Organisation für den Zeitraum 1988 bis 1994 ausgewertet hat, gehen 31 Prozent auf das Konto von Vertretern der ‚Ordnungskräfte‘. Angesichts einer beachtlichen Dunkelziffer dürfte die tatsächliche Zahl noch weit höher liegen. Das zudem Geheimdienste ihr Informationsinteresse gegenüber Journalisten sehr weit interpretieren, bewies in den letzten Jahren immer wieder Peru.

Der Verlegerverband SIP hat mit eigenen Finanzmitteln eine Kommission eingerichtet, die Verbrechen

**■ Zu den 204 ermordeten Journalisten im Lateinamerika der letzten Dekade haben sich 1998 26 neue Namen gesellt, mutmaßliche Opfer der organisierten Kriminalität, insbesondere des Drogenhandels, paramilitärischer Gruppen oder einer Guerilla, die längst nicht mehr unter ideologischen Aspekten betrachtet werden kann.**

an Journalisten recherchiert und versucht, sie aufzuklären. Zumindest will man versuchen, die Justiz so unter Druck zu setzen, daß sie mehr zur Aufklärung und Verfolgung der Täter beiträgt. In den Medien werden solche Fälle natürlich angeprangert, allerdings sinkt gerade in den Ländern, in denen sie an der Tagesordnung sind, die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit. Während der Fall des ermordeten Fotoreporters José Luis Cabezas in Argentinien noch zwei Jahre nach der Tat in der Öffentlichkeit präsent ist, verlieren sich die medialen Spuren ermordeter Berichterstatter in Kolumbien meist schon nach kurzer Zeit und machen neuen Opfern Platz.

■ **Selbst in ‚ruhigen‘  
Ländern wie Argentinien  
aber werden immer wieder  
Übergriffe gegen Angehörige  
der Medien oder die  
Institutionen selbst gemeldet.**

Selbst in ‚ruhigen‘ Ländern wie Argentinien aber werden immer wieder Übergriffe gegen Angehörige der Medien oder die Institutionen selbst gemeldet: 77 Fälle nennt die Asociación para la Defensa del Periodismo Independiente (PERIODISTAS) allein für das erste Halbjahr 1998, darunter Drohanrufe, Raub von Dokumentationen und Material, Brandanschläge auf Fahrzeuge und Gebäude sowie Körperverletzung von Journalisten. Nicht erfaßt sind dabei natürlich alle Fälle von Selbstzensur oder „Personalpolitik gegen unliebsame Journalisten“, denen sich Medien auf Druck wirtschaftlich und politisch Mächtiger unterwerfen. Laut einer Umfrage der Universidad Austral unter Journalisten im Großraum Buenos Aires sprechen immerhin 80 Prozent der Befragten von einem bedrohlichen Klima für die Pressefreiheit, auch wenn diese generell als gegeben angesehen wird. Auf politischer Ebene findet die Problematik immerhin soviel Aufmerksamkeit, daß die Präsidenten der Mitgliedsländer der Organisation Amerikanischer Staaten (OEA) ihren Gipfel in Santiago de Chile zum Anlaß nahmen, ein Sonderreferat zum Schutz der Pressefreiheit bei ihrer Interamerikanischen Menschenrechtskommission (CIDH) einzurichten.

So aktiv wie die Medieneigner und ihre Organisationen Gewalttaten und andere Anschläge auf die Pressefreiheit von außen verurteilen, so wenig Bereitschaft findet man bei vielen von ihnen, über die Arbeitsbedingungen der Journalisten in den einzelnen Medien selbst zu diskutieren oder sich über die Ausgestaltung des Mediensystems hin zu mehr Unabhängigkeit und Pluralismus zu verständigen.

## ■ Schwierige Reformen des Medienrechts

Ein gutes Beispiel dafür ist Mexiko: Viele gesetzliche Regelungen zum Medienbereich und zu möglichen Einschränkungen der Pressefreiheit inklusive Zensurbestimmungen stammen hier noch aus der Zeit, als der Partido Revolucionario Institucional (PRI) unumschränkt herrschte, die Pressefreiheit generell gering achtete und mit einem System von Zuckerbrot und Peitsche Medienpolitik betrieb. Freunde des Systems bekamen Anzeigen und Werbespots von staatlich beherrschten Unternehmen oder direkt vom Staat, konnten verbilligt Papier und Maschinen einkaufen und genossen Steuervorteile. Lizenzen für Hörfunk- und Fernsehen wurden nach Gusto des Präsidenten verteilt, eine transparente Ausschreibungspraxis gab es nicht. Willfähige Journalisten bezogen von staatlichen Stellen ihr Zweitgehalt, während Regimegegner mit jeder Art von Behinderungen rechnen konnten. In der seit einigen Jahren laufenden Demokratisierungsphase hat die Pressefreiheit deutliche Fortschritte gemacht, auch wenn viele der geschilderten Verfahrensweisen auch heute noch in Kraft sind. Gültigkeit aber haben nach wie vor die alten Gesetze, die solches Handeln sanktionierten. Sie werden von Präsident Ernesto Zedillo zur Zeit nur nicht in vollem Umfang angewendet. Eine Rückkehr zu vordemokratischen Zuständen ist also keineswegs ausgeschlossen. Eine Änderung der Gesetze müsste ein vordringliches Anliegen demokratischer Kräfte sein.

Weit gefehlt. Während nun viele Medienunternehmer, besonders solche mit guten Kontakten zur Regierungspartei PRI, meinen, die beste Medienpolitik sei keine Medienpolitik und am liebsten alles den keineswegs immer so freien Marktkräften überließen, sind auch viele Journalisten skeptisch. Wer wisse denn, ob nicht alles noch schlimmer werde, machten sich Politiker einmal ans Reformwerk? Vor allem befürchten sie einen ausgeweiteten Persönlichkeitsschutz, die Installierung von Gegendarstellungsrechten und einen verschlechterten Zugang zu ihren Quellen. Die Medieneigner, vor allem die Veranstalter von Hörfunk und Fernsehen, fürchten in erster Linie, bei transparenteren Verfahren der Lizenzvergabe keine Berücksichtigung mehr zu finden, zumal viele von ihnen ganz offenbar den augenblicklichen Besitzstand

■ Lizenzen für Hörfunk- und Fernsehen wurden nach Gusto des Präsidenten verteilt, eine transparente Ausschreibungspraxis gab es nicht. Willfähige Journalisten bezogen von staatlichen Stellen ihr Zweitgehalt, während Regimegegner mit jeder Art von Behinderungen rechnen konnten.

nicht einem Sieg ihres konkurrenzfähigen Angebots verdanken. Auch sind alle Überlegungen zu einer effizienten Wettbewerbspolitik zur Vermeidung von Machtzusammenballungen auf dem Medienmarkt stets bevorzugtes Ziel von Eigentümerkritik.

Immerhin hat sich die Medienkommission des Parlaments unter dem couragierten jungen Abgeordneten Javier Corral (PAN) der Thematik angenommen und einige Gesetzesvorschläge erarbeitet, die breit in der Öffentlichkeit diskutiert wurden. Pikantes Detail am Rande: Der entsprechende internationale Kongreß mit Experten aus Lateinamerika, Europa und den USA fand zwar breitesten Niederschlag in der mexikanischen Presse, der Fernsehriese Televisa hingegen boykottierte die Veranstaltung. In manchen Medien sind Corral und seine Mitstreiter gleichwohl zu Buhmännern geworden, die Anschläge auf die Pressefreiheit vorbereiten: Wie überall in Lateinamerika wird sich so auch in Mexiko die Frage stellen, ob die beteiligten Politiker eine Reformdebatte auch gegen den Widerstand mächtiger Meinungsmacher durchhalten, oder, gerade im Vorfeld von Wahlen, ihre Pläne mindestens stornieren, um nicht „die Medien“ gegen sich und ihre Parteien aufzubringen.

Viel spricht für letztere Variante, insbesondere, wenn man Erfahrungen anderer Länder berücksichtigt, zum Beispiel Venezuela. Hier hatte zuletzt die Comisión para la reforma del estado (COPRE) vom Parlament den Auftrag, Vorschläge für die Überführung des staatlichen Hörfunks und Fernsehens in öffentlich-rechtliche Systeme zu erarbeiten. Ein entsprechender Gesetzentwurf wurde im Frühjahr 1998 vorgelegt, mit vorhersehbarem Echo: Der Privatsektor, einen neuen und stärkeren Konkurrenten fürchtend, erteilte den Ideen gleich eine weitgehende Absage, Befürwortern eines europa-ähnlichen Modells des Nebeneinanders von öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern gingen die Vorschläge nicht weit genug. Ihnen war vor allem der Einfluß der politischen Parteien und des Staates nach wie vor zu groß. Weniger Staatseinfluß wiederum ist dort schwer zu realisieren, wo Sendereinnahmen aus den Steuertöpfen kommen, weil es keine realistischen Chancen für eine Gebührenfinanzierung gibt und andererseits das traditionelle Programmspektrum öffentlich-rechtlicher Anbieter ihren privaten Konkurrenten auf dem

■ **Wie überall in Lateinamerika wird sich auch in Mexiko die Frage stellen, ob die beteiligten Politiker eine Reformdebatte auch gegen den Widerstand mächtiger Meinungsmacher durchhalten.**

Werbemarkt unterlegen ist. Ein wichtiges Indiz für die Zukunft der Vorschläge: Trotz COPRE-Arbeit auf der Basis von Parlamentsvorgaben nahm kein einziger wichtiger venezolanischer Politiker an der Debatte teil! Nur folgerichtig war es dann, daß das Gesetzesprojekt nicht mehr in die Beratungen des Parlaments vor den Neuwahlen im Herbst eingebracht wurde.

### ■ **Keine Spur mehr von Boheme**

Trotz aller Probleme bleibt das Ansehen der Medien in den Augen der Bevölkerung hoch, wie verschiedene Umfragen der letzten Jahre belegen, im Gegensatz zur Entwicklung in Europa und den USA. Neben der katholischen Kirche sind es in Lateinamerika meist ausschließlich die Medien, die auf Vertrauen stoßen und bei denen man Schutz und Unterstützung insbesondere gegen staatliche Willkür erwartet. Die Journalisten selbst jedoch sehen die Entstehungsbedingungen ihrer Arbeit deutlich kritischer, verweisen immer wieder auf Druck von außen und vor allem die unzureichenden sozialen Bedingungen: So ergab etwa eine jüngst von der Asociación de la Prensa Uruguaya (APU) zusammen mit einer Universität durchgeführte Studie in Uruguay, daß die Medienbeschäftigten zu den am schlechtesten bezahlten Angestellten im Lande gehören. Mehr als die Hälfte der Journalisten geht entsprechend einer Zweit- und Drittbeschäftigung nach, nicht immer ohne die Folge von Loyalitätskonflikten. Nur 19 Prozent bekommen einen Ausgleich für Überstunden, nur vier Prozent für Nachtarbeit und nur etwa die Hälfte für die Arbeit an Feiertagen. 52 Prozent geben an, als Folge ihrer Arbeit unter psychischer Übermüdung zu leiden.

Eine Analyse der Journalistin Adriana Lauro in der argentinischen Zeitschrift *Temas* vom November 1998 bestätigt diese Eindrücke auch für das Land auf der anderen Seite des La Plata. Der „polyfunktionale“ Journalist mit mehreren Jobs gleichzeitig sei inzwischen die Regel, so Lauro. In den Mitarbeiterstäben fänden sich immer mehr Jugendliche ohne eigentliche Ausbildung, die auf der Basis von Praktika beschäftigt würden und *learning-by-doing* betrieben. Ihr Zehn-Stunden-Tag sei mehr durch guten Willen als durch Können gekennzeichnet, während Kontroll-

■ **Neben der katholischen Kirche sind es in Lateinamerika meist ausschließlich die Medien, die auf Vertrauen stoßen und bei denen man Schutz und Unterstützung insbesondere gegen staatliche Willkür erwartet.**

■ **Das argentinische Journalistenstatut von 1947, in dem Arbeitsbedingungen, Arbeitszeiten und Gehaltsstrukturen festgelegt sind, hat längst seine Bedeutung verloren.**

funktionen wie zum Beispiel Korrekorate zunehmend verschwinden, mit Konsequenzen für die Qualität. Mit der Boheme jedenfalls, die dem Journalistenberuf immer nachgesagt wurde, ist es augenscheinlich vorbei, wie auch der Betriebsarzt der Zeitung *La Nación* in Buenos Aires, Luis María Sartori bestätigt: „Der Journalist von heute hat nichts mehr gemein mit dem seßhaften Kettenraucher und Nachtschwärmer, der noch vor fünf Jahren in die Praxis kam. Die jungen Leute heute passen mehr auf sich auf, es gibt weniger chronische Affektionen. Oft kommen sie wegen einer Grippe oder wenn sie erschöpft sind. Allerdings“, so Sartori, „gibt es jetzt häufiger Symptome für Panik-Attacken.“ Krankheiten wie Gastritis, Schlaflosigkeit, Gedächtnislücken, Magengeschwüre und Infarkte hätten deutlich zugenommen. Die Angst um den Arbeitsplatz und ein entsprechender Wettbewerb mit nachdrängenden, jüngeren Kräften dürfte dabei mit ausschlaggebend sein. Das argentinische Journalistenstatut von 1947 jedenfalls, in dem Arbeitsbedingungen, Arbeitszeiten und Gehaltsstrukturen festgelegt sind, hat längst seine Bedeutung verloren. Immer öfter umgehen die Medienfirmen die Festanstellungen durch Honorarverträge, auch wenn es sich eigentlich um dauerhaft beschäftigte Arbeitnehmer handelt. Diese Tendenz, die Verkleinerung von festen Redaktionen zugunsten von mehr Zulieferung durch freie Mitarbeiter, dürfte sich in Zukunft noch verschärfen.

Spektakuläre Entlassungsaktionen kennzeichneten schon das Jahr 1998: Einer der größten TV-Kanäle, Telefe, verabschiedete von heute auf morgen und ohne Vorankündigung 75 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Nachrichtenredaktion. In anderen Medien sah es ähnlich aus: der TV-Kanal 9 entließ 70 Mitarbeiter, Radio la Red schloß und machte fünf Beschäftigte arbeitslos, bei der Zeitschrift *La Maga* waren es aus dem gleichen Grunde 50 Entlassene. Bei *América* mußten 40 Personen gehen, bei *Atlántida* wurden durch das Auslaufen von Titeln 100 Stellen überflüssig, bei der Zeitung *Crónica* fielen fünf Personen der Umstrukturierung zum Opfer. Dabei sind diese Angaben, die die Journalistengewerkschaft UTPBA zusammengetragen hat, nur auf die Hauptstadt Buenos Aires bezogen. Im Landesinnern sieht es für die Beschäftigungssituation der Journalisten oft noch schlimmer aus.

Für die nachrückenden Absolventen aus den immer zahlreicher werdenden Kommunikationsfakultäten hat dieses Panorama natürlich bedrückende Konsequenzen: Abgesehen von der Desillusionierung, die die Konfrontation von an der Universität Gelerntem mit der Praxis der real existierenden Medienorganisationen mit sich bringt, sind Leistungsdruck und Konkurrenzkampf zu Konstanten beim Versuch um den gelungenen Berufseinstieg geworden. Und sei der Einstieg in die Medien, der laut Julian Mansilla der „Logik des Kanibalismus“ folgt, geschafft, gehe der Streß erst richtig los: Wer mit 40 noch nicht in einer Leitungsfunktion sei, könne sich selbst als Nichtsnutz betrachten. Der „hysterische Wettlauf um den Berufsaufstieg“ habe so gesehen mit wirklichem Vorwärtskommen im Beruf nichts zu tun.

Neben dieser Entwicklung finden sich in vielen Ländern, insbesondere im Landesinneren, immer wieder Situationen, die journalistische Unabhängigkeit von allein ad absurdum führen: So werden Hörfunkjournalisten von ihren Sendern zwar nicht bezahlt, dürfen dafür aber Werbezeit in ihren eigenen Sendungen verkaufen. Da staatliche Lotterien oder die örtlichen Behörden meist die größten ‚Werbetreibenden‘ sind, läßt sich die Konsequenz leicht vorstellen. Auch die Abhängigkeit von offiziellen Quellen generell stellt ein Problem für den lateinamerikanischen Journalismus dar. Oft werden lediglich die Pressemitteilungen von Ämtern und Behörden ohne zusätzliche Recherche veröffentlicht. Bei sensiblen Themen wie zum Beispiel Drogenhandel und Menschenrechtsverletzungen, so der chilenische Journalist Juan Jorge Faundes in der Zeitschrift *Dialogos*, sei die direkte „Teamarbeit von Journalisten mit Richtern und Regierungsfunktionären“ die einzige Möglichkeit, überhaupt an Informationen zu gelangen. Dies gelte für Chile ebenso wie für Argentinien, Peru und Kolumbien. Hinzu kommt dabei, daß es in Lateinamerika nach wie vor kaum Fachjournalisten für Themen gibt, die ausgedehntes Vorwissen und vertiefende Analysen verlangen. Die Ausdünnung der Redaktionen von erfahrenen Journalisten und ihr kostenbedingter Ersatz durch jugendliche Berufsanfänger tut ein Übriges.

Um Glaubwürdigkeit dauerhaft zu erhalten, wären auch in Lateinamerika verstärkte Anstrengungen zur ethischen Selbstkontrolle in den Medien erforderlich.

■ **Abgesehen von der Desillusionierung, die die Konfrontation von an der Universität t Gelerntem mit der Praxis der real existierenden Medienorganisationen mit sich bringt, sind Leistungsdruck und Konkurrenzkampf zu Konstanten beim Versuch um den gelungenen Berufseinstieg geworden.**



■ **Um Glaubwürdigkeit dauerhaft zu erhalten, werden auch in Lateinamerika verstärkte Anstrengungen zur ethischen Selbstkontrolle in den Medien erforderlich. Sie aber gibt es erst in Ansätzen.**

Sie aber gibt es erst in Ansätzen. So haben sich zum Beispiel in Peru Medieneigner zum Consejo de la Prensa zusammengeschlossen, ein aus honorigen Repräsentanten der Zivilgesellschaft gebildetes ‚Ehrengericht‘ geschaffen und gehen Fällen nach, in denen ihnen Medienutzer Exzesse in den Medien zur Kenntnis bringen. Diese Initiative stößt zwar auch anderswo auf viel Interesse, ebenso wie die vor allem aus Skandinavien und den USA bekannte Figur des Ombudsmanns innerhalb der Medien, viele Medieneigner sehen hier aber eher den Versuch der „Nestbeschmutzung“. Wie nötig aber eine Auseinandersetzung mit dem eigenen Beruf auch für Journalisten ist, zeigen Meinungsäußerungen von Auslandskorrespondenten in Argentinien über ihre Einschätzung der argentinischen Medien, die dadurch an Gewicht gewinnen, daß Kollegenschelte im Journalismus mindestens so verpönt ist wie unter Medizinern: „Die Berichte haben zwar immer große Überschriften, das zentrale Thema aber wird höchstens in der Hälfte der Artikel vertieft. Generell dominieren anonyme Quellen und es wird exzessiv vom Konjunktiv Gebrauch gemacht. Man arbeitet viel mit Vermutungen und Spekulationen und viele Daten sind nicht rückbestätigt“, kritisiert etwa der Korrespondent der brasilianischen Zeitung *O Estado de Sao Paulo*, Ariel Palacios. Und sein Kollege von *O Globo*, Flavio Ribeiro de Castro, ergänzt: „Mich beeindruckt bei der argentinischen Presse, vor allem bei den Zeitungen, der unvorsichtige Umgang mit Informationen. Man arbeitet mit vielen Versionen und konspirativen Theorien. Ich könnte in *O Globo* keine solchen Anschuldigungen ohne Beweise unterbringen.“ Der deutsche dpa-Vertreter Hendrik Groth, gleichzeitig Vorsitzender der Vereinigung der Auslandskorrespondenten in Argentinien, ist zurückhaltender, auch er aber vertraut lieber seinen eigenen Quellen als argentinischen Medienrecherchen.

### ■ **Problematische Medienkritik**

Angesichts der Opfer, die der Journalismus für freie Berichterstattung als Grundlage jeder demokratischen Gesellschaft bringt, angesichts der oft überaus problematischen Arbeitsbedingungen von Journalisten in Lateinamerika und auch vor dem Hintergrund, daß die Medien meist die einzige gesellschaftliche Kraft sind, die eine Kontrolle der Mächtigen ausüben und oft genug Skandale ans Tageslicht bringen, fällt Me-

dienkritik in Lateinamerika schwer. Schnell entsteht der Verdacht, hier werde durch das Aufzeigen von Defiziten und Exzessen versucht, das zarte Pflänzchen Pressefreiheit insgesamt zu zertreten oder mindestens am Wachstum zu hindern und das Geschäft derer zu besorgen, die an freier und kritischer Information eben nicht interessiert sind. Gleichwohl finden sich in verschiedenen Medien zunehmend medienkritische Artikel. In Buenos Aires hat sich die Zeitschrift *Un ojo avizor* der Aufgabe der Medienanalyse verschrieben, getragen von viel Idealismus der Chefredakteurin Daniela Blanco und ihrer Mitstreiter. Ein Geschäft ist damit zumindest derzeit noch nicht zu machen. Medienkritik, die von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird, kommt ansonsten eher über Hollywood-Produktionen zu den Menschen, wie sie die Filme ‚El cuarto poder‘ oder ‚Wag the dog‘ darstellen. Auch ist es sicher kein Zufall, daß der Bösewicht im jüngsten James Bond-Streifen ‚Der Morgen stirbt nie‘, von einem von Allmachtsphantasien getriebenen Medienmogul gegeben wurde.

Gleichwohl wird zunehmend auch in Lateinamerika die Macht der Medien zur Kenntnis genommen, eine Macht, die nicht immer mit der notwendigen Verantwortung gekoppelt ist und die nicht immer mit der Einhaltung professioneller und auch ethischer Standards des Journalismus einhergeht. „Wichtig ist“, so der peruanische Schriftsteller Mario Vargas Llosa gegenüber der argentinischen Tageszeitung *La Nación* am 18. November 1998, „daß die Medien zwar Verantwortung tragen, aber leider nicht immer verantwortlich handeln. Im Gegenteil. In vielen Fällen handeln sie völlig unverantwortlich. In Peru, 1992, wäre der Staatsstreich nicht möglich gewesen ohne die Komplizenschaft des größten Teils der Medien, die den Putsch mit einem legalistischen Make-up versehen haben.“ Die moralische und zivile Verantwortung der Medien für eine freie Gesellschaft, so Vargas Llosa, sei umso größer, da die Medien die öffentliche Meinung formten und an Einfluß zum Beispiel politische Parteien längst weit überträfen.

Was Vargas Llosa meint, etwa die Verfilzung von Medien mit den politisch Mächtigen, zeigte sich in Reinkultur jüngst im venezolanischen Wahlkampf und einem „Krieg der Umfragen“, der in den Medien ausgetragen wurde. Klar erkennbar waren die Präfe-

**„Wichtig ist“, so der peruanische Schriftsteller Mario Vargas Llosa gegenüber der argentinischen Tageszeitung *La Nación* am 18. November 1998, „daß die Medien zwar Verantwortung tragen, aber leider nicht immer verantwortlich handeln. Im Gegenteil. In vielen Fällen handeln sie völlig unverantwortlich.“**

renzen der Medien für einzelne Kandidaten oder Parteien, was an sich nicht problematisch wäre, wenn es nicht in verzerrte Berichterstattung zu Lasten der Leser, Hörer und Zuschauer gemündet hätte. So konnte man am gleichen Tage so unterschiedliche Umfrageergebnisse in verschiedenen Zeitungen lesen, daß statistische Erklärungen für die Abweichungen auch nicht annähernd mehr ausreichten. Vielmehr wurden undifferenziert Zahlen veröffentlicht, die aus den Wahlkampfzentralen der Bewerber stammten, ohne dem Publikum die Herkunft der Daten, komplette Fragetexte und Frageumfeld, Erhebungsgebiet und Erhebungszeitraum orientierend mitzuteilen. Die Kandidaten bedienten sich überdies zum Teil Umfrageinstituten, die professionellen Standards nicht im Ansatz genügten und oft nur kurz vor den Wahlen das Licht der Welt erblickten, um anschließend wieder in der Versenkung zu verschwinden. Journalisten selbst angesehener Medien klagten darüber, wie sie in ihrer Arbeit durch politische Vorgaben der Leitungsebene eingeschränkt wurden.

■ **Die Rolle von Journalisten und Medien in den Zeiten der in vielen lateinamerikanischen Ländern erst relativ kurz zurückliegenden Militärdiktatur ist weit davon entfernt, aufgearbeitet zu sein.**

Auch ist die Rolle von Journalisten und Medien in den Zeiten der in vielen lateinamerikanischen Ländern erst relativ kurz zurückliegenden Militärdiktatur weit davon entfernt, aufgearbeitet zu sein. Vielmehr befinden sich viele Journalisten, die den entsprechenden Regimen nahestanden, nach wie vor in wichtigen Funktionen, viele Medien orientierten sich in diesen Zeiten ausschließlich am unmittelbaren Erwerbsinteresse und ließen jegliche Form von Zivilcourage vermissen. Entsprechend kritisch geht der argentinische Medienforscher Silvio Waisbord, der heute an der Rutgers University in den USA lehrt, mit der Branche ins Gericht, natürlich unter Anerkennung von Veränderungen in jüngster Zeit. Waisbord: „Reporter wissen oft viel mehr als sie publizieren, und was sie publizieren, ist nicht unbedingt immer das, was sie wissen. Selbstzensur, die Schere im Kopf, das ist der erste Filter, orientiert an dem, was der Reporter glaubt, dem Herausgeber ‚verkaufen‘ zu können. Die sicht- und spürbaren Grenzen von Nachrichtenorganisationen spielen zudem ihre Rolle bei der Auswahl von Storys, Quellen und Standpunkten.“ Ganz deutlich macht Waisbord das Gemeinte mit dem Ausspruch eines kolumbianischen Journalisten: „Sage mir, für wen du arbeitest, und ich sage dir, worüber

du schreiben kannst.“ Marktgesetze gelten da nur begrenzt, wo politisches Wohlverhalten gegenüber staatlichen Institutionen auch wirtschaftlich lukrativer ist als ein größerer Verkaufserfolg.

### ■ **Ethische Grenzen der journalistischen Recherche?**

In Argentinien verschärfte sich 1998 die Debatte um die sogenannte *Cámara oculta*, ein beliebtes und öffentlichkeitswirksames Mittel der Nachrichtenbeschaffung: Vor allem im Kampf gegen die Korruption hat dieser Einsatz versteckter Kameras und Mikrofone durch Journalisten in der jüngsten argentinischen Geschichte durchaus Erfolge gezeigt. Verschiedene Funktionäre, zum Beispiel beim Zoll, konnten als korrupt überführt und einer staunenden Öffentlichkeit vorgeführt werden. „Die Schwäche der noch jungen demokratischen Institutionen in Lateinamerika ruft bei den Bürgern das Gefühl der Impotenz und Hilflosigkeit hervor. Das führt sie häufig dazu, ihren Gerechtigkeitsinn über die Medien zu befriedigen“, schreiben Juan Lozano und Verleria Merino Dinari entsprechend in ihrem Buch *Die Stunde der Transparenz – Ein Leitfaden gegen die Korruption in der öffentlichen Verwaltung* (Originaltitel: *La Hora de la Transparencia en América Latina – El Manual de Anti-corrupción en la Función Pública*, Barcelona 1998). Die Existenz einer „journalistischen Gerichtsbarkeit“ hält Hector Ruiz Nuñez entsprechend für gegeben und spricht von Parallelgerichtsverfahren. Die Gründe sieht er in dem nicht zuletzt durch technische Entwicklungen bedingten Bedeutungsgewinn der Medien, im Glaubwürdigkeitsverlust staatlicher Einrichtungen und dem Einrücken der Medien in diesen Freiraum sowie in der Langsamkeit der Justiz gegenüber der Unmittelbarkeit journalistischer Aktion.

Natürlich führt dies unmittelbar zu einer Debatte über die Grenzen journalistischer Recherche, insbesondere dann, wenn die Privatsphäre Dritter verletzt wird. Ein vom Senator Angel Prada eingebrachter Gesetzesentwurf, inzwischen vom Senat verabschiedet, will all die mit Gefängnisstrafen von drei Monaten bis einem Jahr belegen, die „unerlaubt erlangte Mitschnitte von Gesprächen, Photographien oder Filme speichern oder verbreitern“. Im Falle nachweisbar entstandenen Schadens für die Betroffenen sollen

■ **„Die Schwäche der noch jungen demokratischen Institutionen in Lateinamerika ruft bei den Bürgern das Gefühl der Impotenz und Hilflosigkeit hervor. Das führt sie häufig dazu, ihren Gerechtigkeitsinn über die Medien zu befriedigen“, schreiben Juan Lozano und Verleria Merino Dinari.**

Geldstrafen bis zu 90 000 Pesos, das entspricht der gleichen Summe in US-Dollar, hinzukommen. Für den argentinischen Verlegerverband ADEPA (Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas) stellt dies einen klaren Anschlag auf die Pressefreiheit dar, da den Medien so auch die Möglichkeit genommen werde, von Dritten zugeleitetes vertrauliches Material zu veröffentlichen, in dem sich Verfehlungen von Staatsdienern dokumentiert fänden. Eine klare Immunsierungsstrategie der Betroffenen wird entsprechend vermutet, deren Aktionen das Licht der Öffentlichkeit scheuen müßten. Der Schutz der Privatsphäre diene da nur als Vorwand.

■ **Umstritten waren inzwischen erfolgreiche Bemühungen des Wirtschaftsministeriums, Medienprodukte mindestens mit dem halben Mehrwertsteuersatz zu belegen und zur Finanzierung der klammen Staatskassen heranzuziehen. Auch hier vermuteten die Betroffenen einen Anschlag auf die Pressefreiheit.**

Ähnlich umstritten, wenn auch unter anderen Gesichtspunkten und als Fortsetzung einer Debatte der vergangenen Jahre, waren inzwischen erfolgreiche Bemühungen des Wirtschaftsministeriums, Medienprodukte mindestens mit dem halben Mehrwertsteuersatz zu belegen und zur Finanzierung der klammen Staatskassen heranzuziehen. Auch hier vermuteten die Betroffenen einen Anschlag auf die Pressefreiheit, obwohl es sich bei der Freistellung von den Abgaben eindeutig um Privilegien und eine Besserstellung gegenüber anderen Wirtschaftszweigen handelt. Sieht man überdies die Entwicklung vieler Medienprodukte und die Art, wie Medienunternehmen geführt werden, hat man für die Regierungsinitiative ein gewisses Verständnis: Wird von vielen Medienunternehmen ihr Geschäft gemeinhin wie jedes andere betrieben, nur das hier eben Unterhaltung oder Information statt Zahnpasta und Waschmittel an den Konsumenten gebracht werden, weisen sie zudem besondere Ansprüche an „kulturelle Erzeugnisse“ regelmäßig zurück und besondere moralisch-ethische Verantwortlichkeiten weit von sich, wird nun die Besonderheit des Sektors für die öffentliche Meinungsbildung und ihr Wert für die Demokratie herausgestrichen. Entweder oder – möchte man da anmerken ... Wer sich ‚nur‘ als Unternehmer versteht und den Markt als einzige Richtgröße anerkennt, sollte sich dann auch mit diesen Kriterien messen lassen.

### ■ **Kosten für Mediennutzung steigen**

Daß eine Verteuerung der Medienprodukte natürlich auch Auswirkungen auf ihre Nutzung hat, in vielen

Fällen sicherlich eine bedenkliche Entwicklung, ist unbestritten. Nur sind auch bisher schon viele Abgaben, zum Beispiel die fast sechzig Mark monatlicher Gebühren für ein Kabel-TV-Abo, für viele Normalverdiener fast unerschwinglich, ohne daß dies nennenswertes Nachdenken auf Unternehmerseite hervorruft. Vielmehr wird von ihnen stets darüber nachgedacht, wie sich noch ein wenig mehr an der Preisschraube drehen läßt. Noch ehe die Erhebung der Mehrwertsteuer rechtskräftig war, nahmen die Kabelfirmen sie dann mit der Januar-Rechnung für ihre Abonnenten schon vorweg. Zudem wurden bisher innerhalb des ‚Pakets‘ zu sehende Spielfilmkanäle aus diesem Basisangebot ausgekoppelt und werden, gegen heftigen Aufpreis, künftig als „Premium-Angebote“ vermarktet. Dies galt auch vorher schon für wichtige Fußballspiele und andere bedeutende Sportereignisse. Auf diese Weise erklärt sich leicht die Prognose, daß die Ausgaben für Medien je Haushalt in Zukunft stark steigen werden.

Es fragt sich, ob es dabei auch Verlierer gibt und welche dies sind, insbesondere vor dem Hintergrund, daß auch die Nutzung von Online-Diensten im Internet stark zunimmt, vor allem bei einkommensstarken Haushalten und jungen Nutzern. Interessant ist zum Beispiel ein Blick auf die Auflagenentwicklung von Fachzeitschriften: Ihre Leserzahl sank im Zeitraum von 1990 bis 1997 von 465 000 auf jetzt unter 110 000. Selbst die sogenannte Yellowpress, oder, wie dies in Argentinien heißt, *la prensa del corazón*, hat mit Auflagenrückgang zu kämpfen. Sie hält sich nur deshalb noch vergleichsweise gut, weil sie anabólicos genannte Zusatzprodukte beilegte, zum Beispiel CDs oder Videokassetten. Allerdings spielt dabei offenbar nicht nur die zunehmende Online-Konkurrenz eine Rolle: Die zunehmende Verarmung der Mittelschichten in lateinamerikanischen Ländern in den letzten Jahren, vorrangige Zielgruppe der Printangebote, hat ihren Teil zur Misere beigetragen. So weist der mexikanische Medienforscher Nestor Garcia Canclini darauf hin, daß allein in Mexiko seit 1989 rund 400 Verlage aufgeben mußten. Von den verbleibenden gäbe es kaum zehn in nationalem Besitz, die auf mehr als 50 veröffentlichte Titel jährlich kämen.

Sorgen bereitet vor allem den Intellektuellen des Kontinents die massive Abhängigkeit von Angeboten

■ **Selbst die sogenannte Yellowpress, oder, wie dies in Argentinien heißt, *la prensa del corazón*, hat mit Auflagenrückgang zu kämpfen. Sie hält sich nur deshalb noch vergleichsweise gut, weil sie anabólicos genannte Zusatzprodukte beilegte, zum Beispiel CDs oder Videokassetten.**

■ **Sorgen bereitet vor allem den Intellektuellen des Kontinents die massive Abhängigkeit von Angeboten aus den Vereinigten Staaten von Amerika.**

aus den Vereinigten Staaten von Amerika. Achtzig Prozent der Angebote in lateinamerikanischen Videoclubs, so der Kolumbianer Jesús Martín Barbero, komme aus den USA, keine zehn Prozent aus Europa und ebenfalls keine zehn Prozent aus Lateinamerika selbst. Verloren gehe bei der Integration Lateinamerikas in den Weltmarkt und der entsprechenden lateinamerikanischen audiovisuellen Produktion für eben diesen Weltmarkt die integrierende Rolle, die zum Beispiel Kinoproduktionen früher für die Integration der lateinamerikanischen Gesellschaften selbst gespielt hätten. Barbero: „Die Präsenz im weltweiten audiovisuellen Angebot durch Firmen wie die mexikanische Televisa oder die brasilianische Redeglobo wird mit einer Imagebildung lateinamerikanischer Völker für ein entgrenztes und undifferenziertes weltweites Publikum erkauft, die kulturelle Differenzen zu billiger, aber rentabler Folklore und Exotik verkommen läßt.“ Immerhin haben die genannten Firmen aus Lateinamerika im weltweiten Angebot überhaupt Fuß gefaßt: Televisa exportiert jährlich rund 30 000 Programmstunden in 52 Länder, Redeglobo findet sogar Abnehmer für seine *telenovelas* in 130 Ländern. García Canclini geht soweit, davon zu sprechen, daß der „Amerikanisierung“ Lateinamerikas eine „Lateinamerikanisierung der USA“ gegenüberstehe.

Viele lateinamerikanische Medien haben die Zeichen der Zeit erkannt und nutzen neue technische Möglichkeiten für ihre Angebote. So sind nach Angaben von Fred Cantu, zitiert in der Kommunikationszeitschrift *Revista mexicana de Comunicación* vom Juli/August 1998 etwa in Mexiko mittlerweile 186 Radiostationen mit Internet-Angeboten vertreten, 22 von ihnen übertragen unmittelbar in Real-Zeit. Von den lateinamerikanischen Zeitungen waren zum gleichen Zeitpunkt 271 mit Online-Angeboten im Internet vertreten, gegenüber 2059 in den USA, 728 in Europa, 233 in Asien und 53 in Afrika.

Lateinamerikanische Länder unternehmen inzwischen erhebliche Anstrengungen, um den technologischen Fortschritt und vor allem den Zugang der Bürger zu den Online-Diensten voranzutreiben. Dabei helfen Initiativen wie das Peruanische Wissenschaftsnetz (Red Científica Peruana, RCP), das öffentliche Internet-Kabinen anbietet, bei denen preisgünstig Schulungen stattfinden, man für einen Dollar pro Stunde

die Angebote nutzen und sich eine eigene e-mail-Adresse einrichten kann. 27 solcher Zentren gibt es inzwischen im Lande, die von rund 80 000 individuellen Nutzern und 11 500 Firmenkunden frequentiert werden. Die Interamerikanische Entwicklungsbank (IDB) ist von dem Projekt so angetan, daß sie ähnliche Initiativen in anderen lateinamerikanischen Ländern fördern will. Entsprechend sind die Projektionen: In Brasilien zum Beispiel soll die Zahl der Internet-Nutzer von einer Million im Jahr 1997 auf sieben Millionen im Jahr 2001 steigen. Die Zahl der Personalcomputer hat sich bereits von 44 000 im Jahr 1993 auf 2,5 Millionen im Jahre 1997 erhöht. Natürlich ist die Nutzerstruktur hier und anderswo kein Spiegelbild der Gesellschaft: Junge männliche Nutzer aus der Mittel- und Oberschicht dominieren ganz eindeutig. An der Spitze der Entwicklung stehen Länder, denen es insgesamt ökonomisch besser geht als ihren Nachbarn, allen voran Chile und Costa Rica.

Der lateinamerikanische Markt, das zeigen diese Hinweise, ist für Anbieter von außen überaus interessant, nicht zuletzt „wegen sprachlicher und kultureller Gemeinsamkeiten, die eine übergreifende, kontinental ausgerichtete Herangehensweise leichter umsetzbar erscheinen lassen als etwa im sprachlich stark zersplitterten Europa“, wie Daniel Salamanca schreibt. Mit der wirtschaftlichen Erholungsphase seit Beginn der neunziger Jahre boomt zudem der Werbemarkt. Hier setzt allerdings vor allem das Kabelangebot inzwischen die ‚free-TV-Kanäle‘ unter Druck, was die an ihren Einschaltquoten und Werbeeinnahmen merken. Vom argentinischen Gesamtwerbemarkt z.B. können sie sich gerade noch 8,83 Prozent abschneiden, während die Kabelsender 46,17 Prozent für sich gewinnen.

Selbst Bildschirmstars mußten daher spektakuläre Einkommenseinbußen hinnehmen, verdienen aber natürlich immer noch glänzend. Auch können sie scheinbar in ausgewählten Fällen mit erklecklichen Sondereinnahmen rechnen, wie der Fall des blonden Superstars Susanna Gimenez beweist: Um telefonisch am Gewinnspiel in ihrer populären Sendung ‚Su llamado‘ teilnehmen zu können, werden beim Anrufer der entsprechenden 0-600er-Nummer von der Telefonfirma drei US-Dollar belastet. Daraus werden die Preise finanziert und ein in seiner Höhe heftig umstrittener und dem Zuschauer weitgehend unbekann-

■ **Der lateinamerikanische Markt ist für Anbieter von außen überaus interessant, nicht zuletzt „wegen sprachlicher und kultureller Gemeinsamkeiten, die eine übergreifende, kontinental ausgerichtete Herangehensweise leichter umsetzbar erscheinen lassen als etwa im sprachlich stark zersplitterten Europa“, wie Daniel Salamanca schreibt.**



ter Anteil wohltätigen Zwecken zugeführt. Letzteres ist überhaupt erst die Voraussetzung für die Genehmigung einer solchen Telefonnummer. Hauptnutznießer aber scheinen bislang einzig und allein die Veranstalter zu sein, in diesem Falle die Firma Hard-Communications mit ihrer schillernden Besitzerstruktur und die Diva selbst.

### ■ Medienkonzentration verschärft sich weiter

Besonders virulent ist nach wie vor die fortschreitende Medienkonzentration – nicht nur in Argentinien, die für ein plurales Informationsangebot in Zukunft nichts Gutes vermuten läßt. Eine Umfrage der Universidad Austral und des Meinungsforschungsinstituts Sofres Ibope etwa ergibt, daß 81,7 Prozent der Journalisten im Großraum Buenos Aires die Pressefreiheit im Lande für bedroht halten. Als wichtigstes Argument dafür führen sie die zunehmende Konzentration an, neben der Abhängigkeit von der Werbung, den niedrigen Löhnen und der Unsicherheit der Arbeitsplätze. Immer mehr zeigt sich auch in vielen lateinamerikanischen Ländern die weltweit zu beobachtende Tendenz, daß medienfremdes Kapital im Medienbereich investiert wird. In Mexiko, so der Journalist Raimundo Rivapalacios, sind vor allem Telekommunikationsfirmen und Banken auf Einkaufstour im Mediensektor. Die mexikanische Telefongesellschaft etwa habe sich an Kabelfernsehfirmen beteiligt, einen Satellitenkanal übernommen und einen Radiosender gekauft, der Tabak-Industrielle Alfonso Romo Garza-Madero habe eine Beteiligung an der Finanzzeitung *El Financiero* erworben. Rivapalacios: „Die Zusammenballung und das Wachstum institutioneller Investition im Mediensektor erhöht das Potential, daß kritische Reportagen und Berichte über verschiedene Firmen, die an den Medien beteiligt sind, unterbleiben und diese Medien stattdessen von den Unternehmen dazu mißbraucht werden, von ihnen ein positives Bild zu zeichnen. Die Medieninhalte geben die Interessen derer wieder, die sie besitzen. Wer die Medien finanziert, wird nicht erlauben, daß Material, das seinen vitalen Interessen widerspricht, veröffentlicht wird.“ Diese Tendenz, so Rivapalacios, lasse sich beim Nachbarn USA bereits seit längerem beobachten.

In Argentinien hat sich der Machtkampf zwischen Grupo Clarin und der Gruppe Citicorp Equity Invest-

■ Eine Umfrage der Universidad Austral und des Meinungsforschungsinstituts Sofres Ibope ergibt, daß 81,7 Prozent der Journalisten im Großraum Buenos Aires die Pressefreiheit im Lande für bedroht halten.

ment (CEI) 1998 weiter verschärft. Beide versuchen intensiv, an Marktmacht zu gewinnen und ihren Einfluß auszudehnen, unter anderem im Landesinnern, wo Synergien zwischen ihren Print-, Hörfunk-, Fernseh-, Kabel- und Telefoninteressen gesucht werden. Dem Beobachter fällt es dabei nicht immer leicht, zu jedem Zeitpunkt zu erkennen, wer nun eigentlich zu wem gehört, gerade übernommen wurde oder in neuen Formationen die Seiten gewechselt hat. Der Markt ist zumindest diesbezüglich äußerst dynamisch. Die Einbettung in internationale Allianzen ist dabei für beide selbstverständlich.

CEI scheint dabei auf starken politischen Rückhalt der argentinischen Regierung und vor allem von Staatspräsident Carlos Saul Menem rechnen zu können. Die CEI-Führungsfiguren Ricardo Handley und Raul Moneta sind seit vielen Jahren mit dem Präsidenten persönlich befreundet, auch werden immer wieder Vermutungen laut, es könnten direkt Regierungsgelder in der Holding stecken. Vor allem die undurchsichtige Besitzstruktur der United Finance Corporation (UFCO) mit Sitz auf den Virgin Islands, die 20 Prozent an CEI hält, nährt diese Spekulation. Verbunden ist CEI gemeinsam mit dem Ableger der spanischen Telefónica, TISA, mit einem weiteren Menem-Freund und Bewunderer: Constancio Vigil, in der Gruppe Atlantida Comunicaciones (ATCO). Diese kontrolliert inzwischen ihrerseits den Großverlag Atlantida, den Fernsehkanal Telefe, das reichweitenstarke Radio Continental und Fernsehkanäle im Landesinnern. Die Übernahme der letzteren von ihren Alteigentümern war dabei besonders augenfällig: Just als Zweifel aufkamen, ob die Kaufofferten akzeptiert werden würden, brachte die Regierung aufgrund von Mediengesetzen aus der Zeit der Militärdiktatur die Option ins Spiel, neue Frequenzen just dort freizugeben, wo die Verhandlungen stockten. Nach erfolgreichem Abschluß war davon nichts mehr zu hören...

Ein heftiges Gezerre hinter den Kulissen gibt es nach wie vor um die Zukunft des Staatskanals ATC und seiner Frequenzen. Hier hat der Staat immer wieder Privatisierungsabsichten geäußert, zuletzt im Juni 1998: Die Frequenz 7 solle verkauft, die Frequenz 4 in einen reinen Kulturkanal umgewandelt und direkt der Regierung zugeordnet werden. Wiederum wird CEI als ein möglicher Käufer genannt, es finden Gespräche

■ In Argentinien hat sich der Machtkampf zwischen Grupo Clarin und der Gruppe Citicorp Equity Investment (CEI) 1998 weiter verschärft. Beide versuchen intensiv, an Marktmacht zu gewinnen und ihren Einfluß auszudehnen.

■ **Mit welch harten Bandagen gefochten wird und wie schwer der Marktzugang dabei auch für kapital- und ideenstarke Anbieter ist, zeigte 1998 das spektakuläre Scheitern der neuen Tageszeitung *Perfil*, die am 11. April im Internet und am 9. Mai an den Kiosken das Licht der Welt erblickte.**

statt, das Dementi erfolgt prompt. Gleichwohl warnt der Präsident der argentinischen Vereinigung der Hörfunk- und Fernsehsender ATA (Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas), Alejandro Massot, vor „der Bildung eines parteipolitisch orientierten parallelen Medienapparats unter der Kontrolle der Regierung“. Konkretisiert werden konnte bisher nichts: Eine richterliche Entscheidung stoppte vorerst den Verkauf des überschuldeten Senders. So fehlt nun neben der Privatisierungsoption auch ein glaubwürdiges Konzept für die Weiterführung in staatlicher Regie, das ATC z.B. in öffentlich-rechtlicher Struktur wettbewerbsfähig machen könnte. Käufer, so munkelt man, seien ohnehin nicht am Sender, seiner überalterten Technik oder gar der Übernahme des Personals interessiert, sondern ausschließlich an den Frequenzen.

Mit welch harten Bandagen gefochten wird und wie schwer der Marktzugang dabei auch für kapital- und ideenstarke Anbieter ist, zeigte 1998 das spektakuläre Scheitern der neuen Tageszeitung *Perfil*, die am 11. April im Internet und am 9. Mai an den Kiosken das Licht der Welt erblickte. Gestützt auf Umfragen, die bei Zeitungslesern eine hohe Unzufriedenheit mit dem von ihnen bevorzugten Produkt ausmachte, startete Jorge Fontevecchia mit 46 236 verkauften Exemplaren. Käufer waren vor allem Neugierige, wie sich schnell herausstellte. Bis zum 31. Juli, dem letzten Erscheinungstag, war die Verkaufszahl auf 30 271 gesunken, weit entfernt von den angepeilten 50 000, die man zur Überschreitung der Rentabilitätsschwelle gebraucht hätte. Weder die gezielt pluralistische Ausrichtung für ein echtes ‚Lesepublikum‘, die Einrichtung eines Ombudsmanns zur Vertretung der Leserinteressen noch Kampfpreise vor allem am Sonntag konnten daran etwas ändern. Exklusivverträge, wie sie der mit 600 000 an Wochentagen verkauften Exemplaren marktführende *Clarín* mit seinen Werbekunden abschließt, taten ein Übriges, nie die Chance eines wirtschaftlichen Erfolges für *Perfil* aufkommen zu lassen. Am Ende verloren 171 Mitarbeiter ihren Arbeitsplatz – viele hatten erst wenige Tage vorher bei dem Neuprojekt angeheuert und teils sicherere Alternativen aufgegeben – andere fanden zumindest im gleichen Verlag eine andere Stelle. Der Buchverlust betrug 15 Millionen US-Dollar.