

POLITIK UND INTERNET
IN LATEINAMERIKA

Peter-Alberto Behrens | Bernd Löhmann (Hrsg.)



Die Beiträge sind zuerst erschienen in: „Diálogo Político“, Jahrgang XXVIII, Nr. 2, Juni 2011.

Editor Konrad-Adenauer-Stiftung, Asociación Civil | **Director** Dr. Bernd Löhmann
Consejo de Redacción Dr. Peter Fischer-Bollin, Peter-Alberto Behrens, Gisela Elsner, Olaf Jacob, Frank Priess, Susanne Käss, Dr. Christian Steiner | **Jefe de Redacción** Dr. Esteban Mizrahi | **Coordinadora de Redacción** Sofía Chico
Corrección Jimena Timor | **Traducción** Renate Hoffmann | **Diseño** Adriana Martínez
Diagramación Ana Uranga B.

© Konrad-Adenauer-Stiftung
Suipacha 1175, Piso 3º
C1008AAW
Ciudad de Buenos Aires / República Argentina
Tel.: (54-11) 4326-2552
info.buenosaires@kas.de
www.kas.org.ar
Hecho el depósito que marca la Ley 11.723
ISSN 1667-314

REDAKTION FÜR DIE DEUTSCHE AUSGABE
Tobias Wangermann

ÜBERSETZUNG AUS DEM SPANISCHEN INS DEUTSCHE
Werner Müller | Katrin Wolffsohn | Harald Kirschner

Das Werk ist in allen seinen Teilen urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung ist ohne Zustimmung der Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung in und Verarbeitung durch elektronische Systeme.

© 2012, Konrad-Adenauer-Stiftung e.V., Sankt Augustin/Berlin
Umschlagfoto: © Gerd Altmann / Pixelio.de

Gestaltung: SWITSCH Kommunikationsdesign, Köln.
Printed in Germany.
Gedruckt mit finanzieller Unterstützung der Bundesrepublik Deutschland.

ISBN 978-3-942775-78-6

INHALT

- 5 | VORWORT
Peter-Alberto Behrens
- 9 | DIE „DRITTE WELLE“ IN LATEINAMERIKA
NUTZUNG UND RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN
VON INTERNET UND NEUEN MEDIEN
Doris Réniz Caballero
- 31 | POLITISCHE PARTEIEN 2.0: MANDATE FÜR DIE
NEUE POLITISCHE AKTION
Carmen Beatriz Fernández
- 53 | WIE DIE TELEKOMMUNIKATION ZU MEHR DEMOKRATIE
UND BÜRGERBETEILIGUNG BEITRÄGT
Celedonio von Wuthenau
- 77 | ÜBERWACHUNGS- UND INTERVENTIONSSZENARIEN
FÜR RISIKO- UND KRISENSITUATIONEN IN DEN NEUEN
SOZIALEN MEDIEN
Octavio Islas
- 99 | LATEINAMERIKANISCHE KOMMUNIKATIONSMEDIEN:
WER INFORMIERT UNS ÜBER DIE INFORMANTEN?
Ana Jacoby
- 117 | DIE AUTORINNEN UND AUTOREN

VORWORT

In der heutigen Zeit gehört das Internet in Lateinamerika zum Alltagsleben. Es fällt uns schwer daran zu glauben, dass vor gerade einmal zehn Jahren ein einigermaßen schneller Internetzugang sowohl in technischer als auch in wirtschaftlicher Hinsicht für den Durchschnittsmenschen noch ein Luxus war.

Wie ihre Altersgenossen in Europa und Nordamerika können sich heute nur wenige lateinamerikanische Internetnutzer eine Welt ohne Webseiten oder E-Mail vorstellen. Facebook, Twitter und LinkedIn sind mittlerweile in ihrem Leben so unentbehrlich geworden, wie es die Mobiltelefone für einen großen Teil der Bevölkerung sind. Diese Realität trifft sicher noch nicht auf alle zu. Trotz der schnell ansteigenden Verbreitung ist die Internetnutzung in der Region noch immer bescheiden. Allerdings widerspiegeln die Daten nicht immer die Internetnutzung durch Internet-Cafés oder über Einrichtungen, zu denen mehrere Mitbenutzer Zugang haben, deren Zahl vor allem in ländlichen Gebieten immer größer wird. Und in einer nicht allzu fernen Zukunft wird der Internetzugang über Mobiltelefone ebenfalls eine Realität sein. Es ist also keine Frage, dass die digitale Kluft zumindest im technischen Sinne bald überwunden sein wird. Das ist nur eine Frage der Zeit.

Es gibt auch keinen Zweifel daran, dass das Internet von Anfang an auch in politischer Hinsicht große Erwartungen geweckt hat. In vielen Fällen gingen sie mit der Idee einher, für die Wahlkampagnen über einen neuen und sehr vielversprechenden, direkten und dynamischen Kommunikationskanal zu verfügen. Andere Erwartungen waren – und sind es immer noch – mit einem utopischen Ideal der direkten Demokratie verbunden, durch das von einem virtuellen Zentrum aus ein von manchen als korrupt und veraltet empfundenenes repräsentatives demokratisches System

erneuert wird. In der Realität ist die politische Nutzung des Internets jedoch sehr gering. Das gilt sogar für jene Gesellschaften mit einer fast vollständigen Internetversorgung: Die Bedeutung und die tatsächlichen Auswirkungen des Internets für die Politik in Lateinamerika sind weiterhin nur marginal.

Der bekannte Blog der Kubanerin Y. Sanchez, „Generación Y“ schien den eher marginalen und gegen das System gerichteten strukturellen Charakter des Internet in der lateinamerikanischen Politik zu bestätigen. Die ersten Achtungszeichen wurden in den Jahren 2009 und 2010 gesetzt. Vielleicht führte bei vielen lateinamerikanischen Politikern die Inspiration durch den Präsidentschaftswahlkampf von Barack Obama in den USA, bei dem die Internetnutzung entscheidend war, dazu, dass sie sich stärker mit diesem Medium zu beschäftigen begannen. Der brasilianische Präsident Lula da Silva hatte einen Präsidenten-Blog und der venezolanische Präsident Chávez sein Twitterprofil „Chávez Candanga“. Populär wurde auch die Nutzung von Twitter durch die argentinische Präsidentin Cristina Fernández de Kirchner und einige ihrer Kabinettsmitglieder, wie zum Beispiel ihr Außenminister, H. Timerman. Am sichtbarsten wurde dies jedoch im Wahlkampf von A. Mockus, dem Kandidaten der Grünen Partei bei den Präsidentschaftswahlen 2010 in Kolumbien. Die Umfragen zeigten, dass die Popularität von Mockus in sehr kurzer Zeit dramatisch zunahm, was fast reflexartig seiner Bekanntheit in den sozialen Netzwerken zugeschrieben wurde. Das Facebook-Profil von Mockus wies entschieden mehr Freunde und Anhänger auf als das seines Rivalen, Juan Manuel Santos, von der Partei de la U. Andererseits hat der fast schon überwältigende Sieg Santos' über Mockus dann doch ein durch überzogene Annahmen und Erwartungen stark verzerrtes Bild wieder gerade gerückt.

Es fällt auf, dass das gesamte Potenzial des Internets für das so genannte E-Government in der Region nur wenig entwickelt ist. Und es gibt auch nur wenige politische Mobilisierungen und/oder Bürgerkundgebungen, bei denen das Internet eine führende Rolle gespielt hätte. Allein in Venezuela gab es bei Wahlen herausragende Aktionen, die ihren Ausgang im Internet hatten und durch die die massiven Behinderungen seitens der Regierung Chávez überwunden werden sollten. Aber in der Region ist bisher keine durch das Internet entstandene Bewegung bekannt, wie dies bei den jeweiligen Bewegungen der „Piraten“ in Norwegen oder Deutschland der Fall ist. Dessen ungeachtet ist jetzt der richtige Zeit-

punkt gekommen, um eine erste Bilanz über das Verhältnis zwischen Politik und Internet in Lateinamerika zu ziehen. Und diese Bilanz beschränkt sich nicht nur auf die mehr oder weniger politische Nutzung des Netzes. Das Verhältnis zwischen Internet und Politik geht viel weiter. Die im Zusammenhang mit Google und Facebook zu Themen wie geistiges Eigentum oder Privatsphäre entstandene Polemik oder die Äußerungen über die Neutralität des Netzes offenbaren vor allem eines: Auch hier wird für eine Regulierung durch die Politik plädiert – sogar von denjenigen, die in anderen Situationen den freiheitlichen und anarchischen Charakter des Netzes preisen. Die Politik wird hierbei nicht umhin kommen, Entscheidungen zu treffen, die auf den ersten Blick rein technischer Natur zu sein scheinen. Aber ebenso wie beim digitalen Rundfunkempfang kann die Entscheidung zugunsten der japanischen oder französischen Norm tief greifende Auswirkungen auf den gesamten Kommunikationsbereich, einschließlich der Internetdienste haben.

Sie sehen, dass wir entschlossen sind, das Verhältnis zwischen Politik und Internet so breit wie möglich zu betrachten. Wir hoffen, dass dieser Ansatz unsere Leser überzeugt und dass ihnen die verschiedenen Artikel von Nutzen sind.

Peter-Alberto Behrens

Direktor des Regionalprogramms „Medienkommunikation und Demokratie in Lateinamerika“ der Konrad-Adenauer-Stiftung mit Sitz in Buenos Aires

DIE „DRITTE WELLE“ IN LATEINAMERIKA

NUTZUNG UND RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN
VON INTERNET UND NEUEN MEDIEN

Doris Réniz Caballero

Für Alvin Toffler ist weltweit die Kommunikation gegenwärtig in einem historischen Umbruch begriffen, den er *Die dritte Welle* nennt. Während Ackerbaukulturen einst Nachrichten von Person zu Person weitergaben (erste Welle), industrielle Revolution und Massengesellschaft es später qua Buchdruck einem einzelnen Menschen ermöglicht hätten, eine große Zahl anderer zu erreichen (zweite Welle), erlaube die gegenwärtige dritte Welle dagegen, den Fluss von Botschaften zwischen vielen Personen gleichzeitig. Interaktivität und Spezialisierung führten zu einem neuen, ganz auf das Individuum zugeschnittenen Austausch.

Information ist inzwischen für die Gesellschaft eine Art Rohstoff geworden und hat neue Technologien entstehen lassen. Das wichtigste Werkzeug dafür ist der Computer, der Verarbeitung, Speicherung, Abfrage und Übermittlung von Informationen übernimmt und in der Wirtschaft wie im täglichen Leben die Dinge verändert hat. Umfassende Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien ist zum Kennzeichen der heutigen „Informationsgesellschaft“ geworden.

Die Zeitschrift *Science* hat kürzlich den Anstieg des Speichervolumens auf der Welt seit 1986 errechnet. Danach ergab sich für 2007 ein Speicherumfang von 295 Exabyte (1 Exabyte = 1 Trillion Byte). Das Jahr 2002 sei dabei als Beginn des digitalen Zeitalters anzusehen, weil zum ersten Mal die digitale Speicherkapazität die analoge übertraf. 2007 schließlich wurden fast 94 Prozent aller Daten in digitaler Form festgehalten. Im selben Jahr tauschten die Menschen 65 Exabyte Informationen in Zwei-Wege-Kommunikation aus wie zum Beispiel Mobiltelefonen, ein Umfang, als teile jeder Erdbewohner täglich den Inhalt von sechs Zeitungen mit.¹

Das erlaubt es geradezu, von einem „*Neuen technologischen, ökonomischen und sozialem System*“ zu sprechen. In der Wirtschaft hängt das Produktivitätswachstum nicht mehr länger vom Aufwuchs an Kapital, Arbeit und Rohstoffen ab, sondern von der „*Anwendung von Wissen und Information durch in Management, Produktion und Vertrieb.*“ (Castells, 1998).

Es eröffnen sich Anwendungsmöglichkeiten nie gekannten Ausmaßes auf den unterschiedlichsten Ebenen. Zum Beispiel ermöglichen Fernunterricht und elektronisches Lernen eine Teilhabe an Bildung und Ausbildung unabhängig von Ort und Zeit, E-Government kann für mehr Transparenz und Bürgerbeteiligung sorgen, Telemedizin und teleassistierte Gesundheitsbetreuung können die Gesundheit verbessern, Telearbeit wiederum kann Beschäftigungschancen auch in abgelegene Gegenden bringen, während virtuelle Unternehmen, E-Commerce und Unterhaltungsangebote zuvor völlig unbekannte Geschäftsfelder eröffnen.

Die Informationsgesellschaft ist dabei allerdings keineswegs konfliktfrei: wenn Teile der Bevölkerung vom Zugang ausgeschlossen werden, kann das die soziale Ungleichheit verstärken, Computerpiraterie oder Datenmissbrauch können Menschen Schaden zufügen und geistiges Eigentum bedrohen.

Für all das, Gutes wie Schlechtes, bietet das Internet die Plattform. Dem Nutzer stellen sich kaum Hindernisse in den Weg, ob Forschung, Kultur oder jede andere Art der Mitteilung: seine Möglichkeiten zum Handeln sind nahezu unbegrenzt und weitgehend frei von staatlichen Eingriffen.

Eine Aufstellung der International Academy of Digital Arts and Sciences zeigt, auf welche Weise die Menschen bereits im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts die digitalen Werkzeuge eingesetzt haben, um sich zu informieren, zu kaufen und zu verkaufen, sich zu bilden, Daten auszutauschen oder zu telefonieren und welche beeindruckenden Folgen das hatte:

- Das Regime im Iran musste seine Zensurpolitik ändern, weil es die Bürger nicht daran hindern konnte, sich während der Unruhen 2009 mit Hilfe von Twitter untereinander zu verständigten.
- Im Präsidentenwahlkampf in den USA wurden Kanäle wie Facebook und Flickr zur Führung wie Finanzierung des Wahlkampfes von Barak Obama genutzt.
- Das simple Angebot des Portals *Craigslist*, Kleinanzeigen in das Netz zu stellen, wurde in den Vereinigten Staaten zu einem Internetphänomen, das sich inzwischen 500 Städte in 50 Ländern erreicht und vielerorts Anzeigen in Zeitungen verdrängt hat.
- Die frei zugängliche Enzyklopädie Wikipedia, von den Nutzern selbst verfasst, stellt für die globale Demokratisierung des Wissens einen Quantensprung dar.
- Das Aufkommen des iPhones 2007 führte zur Verbreitung von Telefonen mit Internetzugang, inzwischen werden sie häufiger verkauft als Laptops und haben etwa in Kolumbien zu einem Boom bei den Netzanschlüssen geführt.
- Die durch Napster angestoßene Polemik gegen die freie Weitergabe von Musik- und Videoinhalten, brachte die Regierungen der Europäischen Union und der Vereinigten Staaten in Bedrängnis.
- Suchmaschinen, allen voran Google, mit Ablegern wie Google Earth, und Kanäle wie Youtube haben sich ebenfalls rasant weiter verbreitet (*El Tiempo* 2009, Seiten 1-20).

DIE INFORMATIONSGESELLSCHAFT IN LATEINAMERIKA

Internet gehört inzwischen weltweit zum Alltag, E-Mails haben Entfernungen schrumpfen lassen, das Mobiltelefon ist unentbehrlich geworden. Alles zusammen hat die Menge der Information und die Art, wie wir kommunizieren, von Grund auf verändert und die Erde zum globalen Dorf gemacht.

Wettbewerbsfähige IKT-Industrie jedoch ist immer noch auf Europa, die USA und einige Länder Asiens beschränkt, während ärmere und periphere Länder im Status passiver Konsumenten verharren. Längst jedoch gibt es in Lateinamerika über 100 Millionen Internetnutzer, die meisten davon in Brasilien, das weltweit bei der Breitbandversorgung an neunter Stelle liegt.

Der Technologieanalyst comScore hat das Wachstum in der Region für den Zeitraum von Januar 2010 bis Januar 2011 untersucht:²

Internetnutzer in Lateinamerika (in Millionen)

Region	2011 Januar	2010 Januar	Zuwachs
Lateinamerika	112,65	98,13	14,52

Quelle: comScore

Internetnutzer nach Ländern in Lateinamerika (in Millionen)

Land	2011 Januar	2010 Januar	Zuwachs
Brasilien	40,52	33,78	6,74
Mexiko	18,10	15,00	3,1
Argentinien	12,85	12,62	0,23
Kolumbien	12,41	10,00	2,41
Chile	7,30	6,79	0,51
Venezuela	2,91	2,29	0,62
Puerto Rico	1,22	1,13	0,09

Diese Daten enthalten keine Zugriffe von öffentlichen Computern (Internetcafés) oder Zugänge von Handys oder PDAs. Quelle: comScore

Verhalten der Internetnutzer in der Region

Region	Durchschnittliche Surfdauer pro Besucher und Monat (Stunden)	Durchschnittliche Seitenaufrufe pro Besucher und Monat	Durchschnittliche Internetzugriffe pro Nutzer und Monat
Lateinamerika	24,0	1.795	49,5

Quelle: comScore

Verhalten der Internet-Nutzer nach Ländern

Region	Durchschnittliche Surfdauer pro Besucher und Monat (Stunden)	Durchschnittliche Seitenaufrufe pro Besucher und Monat	Durchschnittliche Internetzugriffe pro Nutzer und Monat
Brasilien	25,8	2.077	55,5
Mexiko	25,3	1.628	46,9
Argentinien	25,5	1.875	53,8
Kolumbien	21,1	1.634	42,7
Chile	22,0	1.652	45,2
Venezuela	21,1	1.684	46,2
Puerto Rico	18,0	1.410	41,4

Quelle: comScore

Das Weltwirtschaftsforum vergleicht jedes Jahr die IT-Verhältnisse in 138 Ländern. Vor allem interessiert man sich dafür, ob und wie Informations- und Kommunikationstechnologien die jeweilige Gesellschaft in den kommenden zehn Jahren durch Modernisierung und Innovation zu verändern in der Lage sein werden. Untersucht werden dazu Geschäftsklima, Regulierung und Infrastruktur. Darüber hinaus bewertet man Regierungspolitik, Unternehmensstrategien, Nutzerverhalten und den Grad der Verfügbarkeit von Technologien.

Grundgedanke ist dabei die große Bedeutung des IT Bereiches: „Nach einer der schwersten Wirtschaftskrisen seit Jahrzehnten“, heißt es, bestehe Hoffnung für die Entwicklungsländer. „Im kommenden Jahrzehnt wird das Internet nicht mehr länger von den entwickelten Staaten beherrscht werden, sondern den Schwellenländern.“ Bezogen auf 2011 zeichnet die Studie ein Gesamtbild der Situation in den untersuchten Ländern:³

Rangliste des Weltwirtschaftsforums zur technologischen Leistungsfähigkeit. Positionen der Länder Lateinamerikas

Land	Position	Land	Position
Chile	39	Guatemala	94
Uruguay	45	Argentinien	96
Costa Rica	46	Honduras	103
Brasilien	56	Ecuador	108
Kolumbien	58	Venezuela	119
Panama	60	Paraguay	127
Mexiko	78	Nicaragua	128
Peru	89	Bolivien	135
El Salvador	92		

Schweden und Singapur stellen in Bezug auf die digitale Wirtschaft die Weltspitze dar, während die meisten lateinamerikanischen Länder auf den hinteren Plätzen rangieren. In der Tabelle „Digitale Ausbildung und Aufgeschlossenheit“ findet sich kein einziges Land des Kontinents auf den ersten 30 Plätzen, dabei zeigen allerdings einige Staaten ein deutliches Interesse voranzukommen, während das bei anderen erkennbar weniger der Fall ist.

Rasante Fortschritte verzeichnet Chile (Platz 39) auf Grund günstiger rechtlicher Rahmenbedingungen und durch staatliche Unterstützung digitaler Projekte. So bezuschusst ein Programm dort Branchenteilnehmer mit bis zu 40.000 US-Dollar, wenn sie mindestens sechs Monate lang im Land investieren. Chile wird inzwischen häufig als „Silicon Valley“ Südamerikas bezeichnet. Uruguay (Platz 45) hat sich innerhalb eines Jahres um 12 Plätze nach vorn geschoben, nimmt man das Jahr davor noch hinzu sogar um 20; zurückzuführen ist das unter anderem auf den Einsatz der neuen Technologien in der Verwaltung. In Costa Rica (Platz 46) stehen die Verbraucher den neuen Technologien besonders aufgeschlossen gegenüber, das Land liegt, was die Bereitschaft der Bevölkerung angeht, weltweit an siebter Stelle. Kolumbien (Platz 58) hat sich auf der Rangliste in diesem Jahr zwar nur um zwei Positionen verbessert, steht insgesamt in der Region aber an fünfter Stelle. Mexiko nimmt unverändert abgeschlagen Platz 78 ein, während es Peru mit Platz 89 immerhin gelungen ist, eine zuvor negative Entwicklung zu stoppen; es befindet

sich jetzt wieder auf dem gleichen Rang wie vor zwei Jahren, nachdem es vier Jahre lang jeweils abgerutscht war.

Weniger positiv verlief die Entwicklung dagegen in Panama (Platz 60), El Salvador (Platz 92) und Guatemala (Platz 94). Argentinien, heute auf Platz 96, ist in den vergangenen fünf Jahren sogar um mehr als 30 Plätze zurückgefallen, Venezuela rangiert völlig abgeschlagen auf Platz 119.

Die schlechten Platzierungen von Ländern wie Honduras (Platz 103), Ecuador (Platz 108), Venezuela (Platz 119), Paraguay (Platz 127), Nicaragua (Platz 128) und Bolivien (Platz 135) sind auf mangelnden politischen Willen der Regierungen zurückzuführen, die entweder die Bedeutung dieser Technologien nicht erkennen oder kein geeignetes Geschäftsklima für die Umsetzung der IKT zu schaffen vermögen. Bolivien zum Beispiel liegt jetzt auf Platz 135 der 138 Länder, nachdem es zwischen 2010 und 2011 um weitere vier Plätze zurückgefallen ist. Die Studie des Weltwirtschaftsforums benennen die rechtlichen Rahmenbedingungen, vor allem der fehlende Schutz von Industrieigentum, und die fehlende Technologieförderung als Ursachen.

DIE FORTSCHRITTE IN KOLUMBIEN

Dass Kolumbien 2010 bedeutende Fortschritte bei der Internetversorgung machen konnte, war kein Zufall. Im Jahr zuvor war das Gesetz 1341 verabschiedet worden, das Prinzipien und Konzepte der Informationsgesellschaft übernahm und gesetzliche Grundlagen für Informations- und Kommunikationstechnologien schuf. Durch Gründung der *Agencia Nacional de Especto* wurde die Vergabe von Funkfrequenzen u.ä. geregelt. Per Gesetz wurden „*Forschung, Unterstützung, Förderung und Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien*“ zu Staatszielen erklärt: „*Alle Sektoren und Ebenen der öffentlichen Verwaltung und Gesellschaft*“ würden *miteinbezogen, heißt es, um „zur Entwicklung von Bildung, Kultur, Ökonomie, Gesellschaft und Politik beizutragen, die Produktivität und die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern, die Menschenrechte zu achten und die soziale Integration zu fördern.“*

Für die einschlägigen Branchen wurden grundlegende Regelungen getroffen. Das Gesetz 72 aus dem Jahr 1989 und die Verordnung 1900 ein Jahr später hatten noch auf der durch die Internationale Fernmeldeunion vorgegebenen Aufteilung beruht. Jetzt wurde die Telekommunikation

dem Bereich Informations- und Kommunikationstechnologien zugeordnet, das führte zu einheitlichen Normen und ausgewogenen Wettbewerbsbedingungen für alle Marktteilnehmer. Trotzdem wird beim Festnetztelefon weiter von „*Telefon*“, beim Internet weiter von „*Internet*“ gesprochen und auch bei den mobilen Diensten werden Unterscheidungen beibehalten, obwohl das neue Gesetz die Technologien gemeinsam betrachtet (Jurado Parra-Noticintel 2009).

Die Änderung der rechtlichen Bestimmungen fasst die im vom früheren Ministerium für Kommunikation erarbeiteten und in das Dekret 2870 aus dem Jahr 2007 eingebrachten Grundsätze zusammen. Die Unternehmenslandschaft Kolumbiens spiegelt das inzwischen wider: Marken wie Orbitel, Telecom und Ola verschwanden durch Fusionen, Verkauf oder Beendigung der Geschäftstätigkeit vom Markt und überließen das Feld Global Playern, die mit Movistar, Telmex, Directv, Tigo und anderen im Wettbewerb stehen.

Die Bürger reagierten auf ihre Weise. Nach dem vom Ministerium für Informationstechnologien und Kommunikation für das vierte Quartal 2010 herausgegebenen IKT-Bericht gab es im Land:

- 4.384.181 Internetanschlüsse über Festnetz und Mobilfunk und damit 9,6 Anschlüsse auf 100 Einwohner.
- 44.477.653 Mobilfunkverträge, das bedeutet eine Quote von 97,74 Anschlüssen auf 100 Einwohner.
- 92 Prozent des Territoriums werden vom öffentlichen Fernsehen erreicht, davon 86 Prozent durch gesamtstaatliche Kanäle und 75 Prozent durch regionale Programme.
- 32 Prozent betrug die Wachstumsrate der Internetteilnehmer über Festnetz und Mobilfunk innerhalb des Jahres 2010.
- Von 2009 bis 2010 stieg die Zahl der Internetteilnehmer von 3,1 auf 4,38 Millionen.
- Allein im dritten Quartal 2010 stieg die Zahl der Neuanschlüsse um mehr als dreihunderttausend.
- Die Infrastruktur wuchs 2010 um über 40 Prozent.
- Breitbandanschlüsse nahmen von 2,2 Millionen auf 3,6 Millionen zu.⁴

Das Technologieprogramm Vive Digital

Dieses Programm soll bis 2014 sicherstellen, dass...

- zwischen 2,2 und 8,8 Millionen Kolumbianer über Internetanschluss verfügen,
- 7 bis 50 Prozent der kleinen und mittleren Unternehmen das Netz nutzen,
- 200 bis 700 Gemeinden über Glasfasernetze an die Datenautobahnen angeschlossen sind.

Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) werden von der Regierung als Querschnittsthema betrachtet. 5,5 Billionen Peso sind vorgesehen, um Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit zu steigern, innerhalb von vier Jahren soll auf diese Weise ein digitales Gesamtsystem geschaffen werden, das die Internetnutzung massiv ausweitet. Dem steht allerdings die geringe Kaufkraft der Kolumbianer entgegen und auch die Investitionsmittel des Staates bleiben begrenzt. (Orduz, 2010).

Computer für Bildung

Schon seit zehn Jahren fördert Kolumbien den Zugang von Kindern und Jugendlichen zur IKT vor allem mit Hilfe zweier Initiativen des Programms „*Computer für Bildung*“: Das Ministerium für Informationstechnologien und Kommunikation möchte zum einen die Infrastruktur in den Bildungseinrichtungen verbessern und zum anderen die Lehrer entsprechend ausbilden und damit insgesamt die Bildung der nachwachsenden Generation erhöhen.

Compartel

Dieses Programm fördert Internetanschlüsse in öffentlichen Institutionen, Bildungseinrichtungen, Stadtverwaltungen, dem Militär, den Gerichten, Gemeinderäten und Krankenhäusern.⁵

Massenhafte Verwendung der Domäne „.co“

Durch den verstärkten Einsatz der Domäne „.co“ werden die kolumbianischen Internetadressen identifiziert, das Kürzel wurde dem Land durch die Regulierungsbehörde ICANN (Internet Corporation for Assigned

Names and Numbers) zugewiesen und gehört der kolumbianischen Regierung, wobei Verwaltung und Vermarktung privatwirtschaftlich organisiert sind. Der Registrierungsvorgang soll erleichtert und die Zahl der Adressen massiv ausgeweitet werden: nur noch fünf Minuten soll der Registrierungsvorgang in Anspruch nehmen. Der populären Domäne „.com“ ist damit eine starke Konkurrenz erwachsen. Seit Juli 2010 wurden über 600.000 Eintragungen unter der Domäne „.co“ vorgenommen. 38 Prozent der Unternehmen, die die kolumbianische Kennung beantragt haben, stammen aus den Vereinigten Staaten und 20 Prozent aus Europa, vor allem aus Großbritannien.⁶

Die Übertragbarkeit von Rufnummern

Diese neue Regelung gestattet es Mobilfunknutzern, den Anbieter zu wechseln und die Rufnummer mitzunehmen. Das Gesetz 1245 aus dem Jahr 2008 gibt dem Verbraucher mehr Macht; er kann nun auch über jene drei Ziffern verfügen, die bisher im Besitz der Betreiber verblieben waren.⁷

Telearbeit

Das Gesetz 1221 von 2008 fördert die Telearbeit und definiert sie als *„Form der Arbeitsorganisation, die in der Ausübung von entlohnten Tätigkeiten oder Dienstleistungen für Dritte besteht, bei der Informations- und Kommunikationstechnologie – IKT – als Mittel für die Herstellung des Kontaktes zwischen dem Arbeitnehmer und dem Unternehmen verwendet werden, ohne dass die physische Präsenz des Arbeitnehmers an einem bestimmten Arbeitsort erforderlich ist.“*

Telegesundheit

Das Gesetz 1419 aus dem Jahr 2010 legt Leitlinien für die Telemedizin fest, die verstanden wird als *„die Gesamtheit gesundheitsbezogener Aktivitäten, Dienstleistungen und Methoden, die aus der Ferne mit Hilfe der Informations- und Telekommunikationstechnologien durchgeführt werden.“* Dazu gehören unter anderem die Telemedizin selbst sowie die Teleausbildung im Gesundheitswesen.

Technologiemanagement

Im Ministerium für Informationstechnologien und Kommunikation besteht seit kurzem die Planstelle eines „*Chief Technology Officer*“, der die digitale Umgestaltung der Verwaltung in die Wege leiten soll. Seine Entscheidungen besitzen wirtschaftliche, soziale und ökologische Auswirkungen auf das gesamte Land. Schon in naher Zukunft soll für sämtliche Verwaltungsvorgänge ein digitales Format verfügbar sein. Eine Plattform verschafft Bürgern Online-Zugang zu Dienstleistungen von Notaren und das Projekt „*Kongress Online*“ soll ebenfalls umgesetzt werden.⁸

„Online-Regierung“

Dabei handelt es sich um Verfahren und Dienstleistungen, die das Verhältnis zwischen Bürger und Staat erleichtern bzw. transparenter gestalten sollen; Grundlage ist die Internetverbindung zwischen Bürgern und staatlichen Stellen.

Mit all diesen Aktivitäten liegt Kolumbien dem letzten Bericht der Vereinten Nationen zufolge beim E-Government auf Platz eins in der Region, bei der Erbringung von Dienstleistungen über „Online-Regierung“ auf Platz 9.

Umweltmanagement: Elektronik-Recyclingprogramm

Neun der von Unternehmen und Regierung betriebenen Programme sorgen für die Verwertung von Geräten und Materialien nach Ablauf der Nutzungszeit. Vier verpflichtende und fünf freiwillige Programme sorgen dafür, dass die Bewohner elektronische und elektrische Geräte, dort entsorgen, wo das ohne Schaden geschehen kann; Vergleichbares gibt es in Lateinamerika sonst nur noch in Brasilien.

Digitalisierung steigert die Anforderungen an die Regierung

- **Infrastruktur:** Rund 200 Millionen US-Dollar erfordert die Verlegung von Glasfaserkabeln zu den Gemeinden, die Verlegung eines Unterseekabels für das Internet an der Pazifikküste, die Förderung von 3G und 4G Netzen sowie die Zuweisung des Frequenzspektrums von 1,9 GHz und 2,5 GHz.

- *Dienstleistungen:* Eine Reihe von Bevölkerungsgruppen soll von der Mehrwertsteuer auf Internetdienstleistungen befreit und die Zölle auf Computer generell gesenkt werden.
- *Nutzer:* 800 Technozentren sollen geschaffen werden, um die abgelegene Gemeinden und städtische Randgebiete bei der Einführung und Nutzung des Internet unterstützen. Lehrer und Kleinunternehmen sollen entsprechend geschult und der Verbraucherschutz effizienter werden.
- *Anwendungen:* Jedes Ministerium wird eigene Anwendungen entwickeln. Ein Fond von 30 Millionen US-Dollar steht dabei für die Entwicklung entsprechender Apps bereit, die auch die Anwendungsmöglichkeiten für Kleinunternehmen und KMUs verbessern sollen.

JURISTISCHE PROBLEME DES INTERNET

Die angeführten Programme und Aktivitäten werden den Zugang weiter erleichtern und den Kenntnisstand erhöhen, das wird Qualität und Effizienz bei der Nutzung neuer Medien wachsen lassen. Hier aber gilt es, Rechtsbrüchen vorzubeugen. Seit 2009 regelt in Argentinien Artikel 2 des Gesetzes 1341, dass *„die Informations- und Kommunikationstechnologien dem allgemeinen Interesse zu dienen haben und es die Pflicht des Staates ist, allen Einwohnern des Landes einen effektiven und gleichberechtigten Zugang zu diesen Technologien zu gewähren.“* Die Freiheit des Internet darf nicht Rechte und Freiheiten der Person untergraben, auch im Cyberspace gilt es, diese zu schützen und zugleich muss das Surfen im Netz selbst, also die Ausübung des Rechts auf Information, sicher sein. Durch den Zugang zu Informationen ist eine aktive Öffentlichkeit entstanden, die sich in die Tagespolitik einbringt und in der sich starke Meinungsgruppen mit eigenen Wertvorstellungen Gehör verschaffen, wie es auch Gruppen tun, die herkömmliche Medien nutzen.

Das erwähnte Gesetz 1341 verweist unter Ziffer 4 von Artikel 2 auf den „Schutz der Rechte der Nutzer“: *„Der Staat hat für den angemessenen Schutz der Rechte der Nutzer von Informations- und Kommunikationstechnologien zu sorgen sowie für die Einhaltung der sich aus der Erbringung dieser Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Habeas Data ergebenden Rechte und Pflichten. Zu diesem Zweck müssen die Provider und/oder Direktbetreiber ihre Leistungen zu marktüblichen Preisen bei*

einer angemessenen Rendite, entsprechend der in den Betreiberlizenzen bzw. von den zuständigen Behörden im konkreten Fall festgelegten Qualitätsstandards erbringen. Die Angaben dazu müssen klar und transparent sein, den erforderlichen Umfang haben und der Wahrheit entsprechen. Sie müssen vor Vertragsabschluss in vollem Umfang sowie in einer Form übermittelt werden, auf Grund derer die Nutzer ihre Entscheidungen treffen können.“

Unter „*Habeas Data*“ wird hier das individuelle Recht verstanden, vor Gericht gegenüber privaten oder staatlichen Stellen Auskunft über die dort gespeicherten persönlichen Daten und gegebenenfalls deren Korrektur zu verlangen. Dadurch sind auf dem Gebiet der Informations- und Kommunikationstechnologie grundlegende Rechte gesichert wie das auf freie Meinungsäußerung, auf Information, Kommunikation, Bildung und auf Beziehungen zu Dritten. Information wird hier als ein immaterielles Gut verstanden, ein eigenständiges Produkt, das bereits vor jeder weiteren Verarbeitung und Übertragung entsteht. Dabei sind zwei Phasen zu unterscheiden: in der ersten wird einer Botschaft Form und Bedeutung gegeben, in der zweiten wird beides übertragen. Beide Phasen dienen dem Zweck, Botschaften, Wissen und Ideen zu übermitteln. (Frossini, 1992 – Pérez Luño, 1987 – Simitis, 1970). Information wird von dem produziert, der ihr Form oder Gestalt verleiht. Zwischen Autor und Information entsteht damit im Sinne des dinglichen Rechtes ein Verhältnis von Besitzer und Besitz. Information kann damit transportiert, gespeichert, gemietet oder verkauft werden. Damit unterliegen Informationen dem Privatrecht. Aus der Sicht des Empfängers hat Information jedoch den Zweck der Kommunikation. Die Beziehung von Sender und Empfänger wirft daher rechtliche Fragen auf:

- Wer dominiert in der Beziehung von Sender und Empfänger?
- Darf ein Eigentümer Information zurückhalten, statt sie zu kommunizieren?
- Kann der Empfänger Information unter Berufung auf das Menschenrecht auf Wissen einfordern?

Damit befinden wir uns auf dem Gebiet des Öffentlichen Rechts, es entsteht ein Recht *auf* Information, das mit den Rechten *an* Information in Konflikt gerät (Catala, 1983 - Pérez Luño, 1987). Fragen des Software-schutzes gehören in den Bereich der Rechte *an* der Information. Fragen nach nationalem und internationalem Datenfluss und dem Schutz perso-

nenbezogener Daten sowie der Informationsfreiheit dagegen zum Recht auf Information. Beide zusammen bilden den Gegenstand des Informationsrechts.⁹

DER SCHUTZ DES RECHTS AUF INFORMATION: DIE GROSSE HERAUSFORDERUNG

Die neuen Technologien stellen eine enorme Herausforderung für herkömmliche Rechte dar, wie dem auf freie Meinungsäußerung, dem Schutz vor Verunglimpfung, dazu für das Urheber- wie für das Strafrecht. Junge Nutzer sind sich dieser Gefahren selten bewusst. Einige berufen sich inzwischen sogar auf ein Grundrecht auf Internet¹⁰. Gruppen bei Facebook, Twitter und in anderen sozialen Netzwerken machen das geltend.

Längst haben die scheinbar grenzenlose Freiheit und die unendliche Vielfalt im Netz wie unter seinen Nutzern den Boden für Bedrohungen, Angriffe und Verstöße bereitet. Die Geschwindigkeit der Entwicklung auf technologischem Gebiet hat die auf juristischem längst hinter sich gelassen. Gesetzgeber und Richter beginnen gerade erst, sich dieser Herausforderung zu stellen, um Orientierung zu geben, eine angemessene Nutzung zu garantieren, illegales Verhalten aber zu verfolgen. Antonio-Enrique Pérez Luño ist zuzustimmen, wenn er von Juristen, Philosophen und Rechtstheoretikern „*technologisches Bewusstsein*“ verlangt, ein von Vittorio Frosini geprägter Begriff, der kritisches, verantwortungsbewusstes Nachdenken über die neuen Probleme einfordert. Der Weiterentwicklung und Hinterfragung der Rechtstheorie kommt für die Entstehung eines solchen „*technologischen Bewusstseins*“ große Bedeutung zu. Die Europäische Union hat in dem Zusammenhang einen Aktionsplan zur sicheren Nutzung des Internets und zur Bekämpfung ungesetzlicher und schädlicher Inhalte aufgestellt. Ähnliche Ziele verfolgt auch die „*Internet Governance*“, Thema von Partizipations- und Diskussionsforen:

- Der Weltgipfel über die Informationsgesellschaft (2003-2005).
- Die Arbeitsgruppe zu Internet Governance (2004/5).
- Das Internet Governance Forum (Athen 2006 – Rio 2007 – Delhi 2008 – Ägypten von 2009 bis 2010).
- ICANN: GAC – ccNSO – GNSO – ALAC – SSAC.
- Das Gyanet Symposium (Athen – Río de Janeiro).
- Sowie lokale und regionale Treffen (eLAC 2007-2010).

Nach der von der „*Arbeitsgruppe Internet Governance*“ im Jahr 2005 erarbeiteten Definition geht es um „*Entwicklung und Anwendung von Prinzipien, Normen, Regeln, Verfahren und Programmen, die der Entwicklung und Nutzung des Internets Gestalt geben.*“ Das geht über die Verwaltung von Domain-Namen weit hinaus und umfasst Fragen nach kritischen Ressourcen, nach der Sicherheit, der Offenheit des Zugangs, nach wirtschaftlichen Aspekten, der Regulierung und schließlich internationalen Vereinbarungen. Lateinamerika und die Karibik haben an diesen Debatten bisher kaum teilgenommen. Bei der ersten Sitzung des Internet Governance Forum 2006 in Athen stellten sie gerade einmal fünf Prozent der Teilnehmer. Bei der zweiten Sitzung in Rio de Janeiro waren es zwar 35 Prozent, allerdings stammten 29 Prozent aus dem Gastgeberland selbst, ohne Brasilien betrug der Anteil nur sechs Prozent (Rojas Pérez 2011).¹¹

Zehn Prinzipien und Rechte wurden auf dem lateinamerikanischen Portal ALT1040 inzwischen von interessierten Kreisen zur Diskussion vorgeschlagen:

1. *Universalität und Gleichheit*: Alle Menschen sind frei geboren und in ihrer Würde und ihren Rechten gleich. Diese Rechte müssen im digitalen Umfeld geachtet, geschützt und eingehalten werden.
2. *Rechte und soziale Gerechtigkeit*: Das Internet ist ein Raum für die Förderung, den Schutz und die Durchsetzung der Menschenrechte und die Vertiefung sozialer Gerechtigkeit. Jedermann ist verpflichtet, die Rechte anderer im digitalen Umfeld zu respektieren.
3. *Zugang*: Jeder hat das gleiche Recht auf sicheren und freien Zugang zum Internet und Anspruch auf dessen Nutzung.
4. *Meinungsäußerung und Zusammenschluss*: Jeder hat das Recht, Informationen im Internet frei und ohne Zensur oder Einmischung zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten. Jeder hat das Recht, sich über das Internet frei zur Erreichung sozialer, politischer, kultureller oder anderer Ziele zusammenzuschließen.
5. *Vertraulichkeit und Datenschutz*: Jeder hat das Recht auf Online-Privatsphäre, das beinhaltet, dass er nicht überwacht werden darf und das Recht auf Verschlüsselung und Anonymität besitzt. Jeder hat das

Recht auf Datenschutz, einschließlich der Kontrolle über die Erfassung, Aufbewahrung, Verarbeitung, Löschung und Verbreitung persönlicher Daten.

6. *Leben, Freiheit und Sicherheit*: Das Recht auf Leben, Freiheit und Sicherheit muss im Internet respektiert, geschützt und eingehalten werden. Diese Rechte dürfen nicht verletzt oder zur Verletzung der Rechte anderer benutzt werden.

7. *Vielfalt*: Kulturelle und sprachliche Vielfalt im Internet müssen gefördert werden. Die technischen Innovationen und die Politik müssen die Vielfältigkeit der Ausdrucksformen unterstützen und erleichtern.

8. *Gleichstellung*: Jeder soll umfassenden und offenen Zugang zu den Inhalten des Internets erhalten, frei von Diskriminierung, Filterungen oder Kontrollen des Datenverkehrs aus kommerziellen, politischen oder anderen Gründen.

9. *Normen und Regelungen*: Die Internetarchitektur, die Kommunikationssysteme und die Formate von Dokumenten und Daten sollen auf offenen Standards basieren, um für alle vollständige Interoperabilität, Integration und Chancengleichheit zu gewährleisten.

10. *Regierung/Verwaltung*: Die Menschenrechte und die soziale Gerechtigkeit müssen rechtliche und normative Grundlage für den Betrieb des Internets bilden. Dies hat in einer transparenten und multilateralen Art und Weise zu geschehen, sowie auf der Grundlage der Prinzipien einer alle einbeziehenden Teilnahme und der Rechenschaftslegung im Internet.

Chile hat gerade im Amtsblatt die Verwaltungsvorschriften zu dem 2010 verabschiedeten Gesetz über Neutralität im Internet veröffentlicht. Sie beinhalten die Rechte und Pflichten von Nutzern und Providern und untersagen ausdrücklich, Anwendungen, Dienste und Inhalte im Web willkürlich zu blockieren. (Agencia UPI, 2011). Die Sicherheit beim Surfen wird zunehmend zu einem Problem. Das auf Internetsicherheit spezialisierte Software-Unternehmen McAfee informiert in seinem vierten Jahresbericht über jene Domänen auf der Welt, die die größten Risiken in sich bergen und teilt mit, dass das Risiko bei Internetverbindungen weltweit bei 6,2 Prozent liegt. Es hat sich damit im Vergleich zu den 5,8 Prozent des Jahres 2009 erhöht. Die in Echtzeit angefertigte Studie

erfasste 27 Millionen Domänen und analysierte als Sicherheitsbedrohungen Angriffe auf Schwachstellen von Browsern, unklare Herkunft, Schadsoftware, irreführende Pop-up-Fenster, Werbemails mit großem Volumen (Spam), elektronischer Diebstahl und Weiterleitungen auf riskante Sites.¹²

Vor kurzem ist es in Spanien zu einer Debatte über das Gesetz „Sinde“ gekommen, mit dem der Internet-Piraterie dadurch begegnet wird, dass Anbieter von Webseiten bestraft werden, die Downloads zulassen, mit denen Urheberrechte verletzt werden. In Kolumbien mündete eine ähnliche Debatte in einen Gesetzesentwurf zum Urheberrecht. Ziel war es dabei, Autoren und Rechteinhaber im Kampf gegen illegale Nutzung zu unterstützen. Artikel 271 des Strafgesetzbuches wurde so ergänzt, dass er nun auch als „Internet-Piraterie“ bezeichnete Tatbestände erfasst.

Kolumbien hat 2009 mit dem Gesetz 1273 ebenfalls neue Bestimmungen in das kolumbianische Strafgesetzbuch eingeführt, die vor Computer-Kriminalität und Urheberrechtsverletzung schützen sollen, vor allem vor: „Übertragung von Vermögenswerten ohne Zustimmung über virtuelle Banken, Internetbetrug, Phishing, Smshing, Vishing, falsche Lotteriegewinne oder falsche Erbschaften, Betrug durch Web-Portale, SMS-Nachrichten mit falschen Gewinninformationen, Kinderpornografie, Spams.“ Verstöße werden mit vier bis acht Jahren Haft und Geldstrafen zwischen 100 und 1.000 monatlichen Mindestlöhnen geahndet, das heißt, zwischen 53,5 Millionen und 535 Millionen kolumbianischen Pesos, das entspricht 18.448 bzw. 184.482 US-Dollar. Auch herkömmliche Verbrechen wie Betrug, Raub, Erpressung, Fälschung oder Unterschlagung sind mit einbezogen, wenn sie mit Hilfe von Computern begangen werden. Das betrifft das Ausnutzen von Schwachstellen in der Software aber auch den Rückgriff auf „Social Engineering“, mit dessen Hilfe vertrauliche Informationen wie Nutzernamen gewonnen werden, indem sich die Täter etwa als Bankmitarbeiter ausgeben. 2008 wurden weltweit Sechshundert Millionen Dollar für den Kampf gegen Internetkriminalität eingesetzt. Laut dem Bericht *Economías desprotegidas: protegiendo la información vital (Ungeschützte Wirtschaft: Der Schutz lebenswichtiger Informationen)* verursachen einschlägige Verbrechen Schäden von über einer Billion Dollar.

Vom 4. bis 7. Oktober 2010 fand in Medellín die IX. Tagung der Latein-amerikanischen Arbeitsgruppe für Technologische Verbrechen von INTERPOL – GTLDTI statt. Die Zusammenarbeit der Mitglieder von INTERPOL

sollte gefördert und die Ausbildung Beamten verbessert werden. Die Teilnehmer kamen aus Argentinien, Brasilien, Chile, Kolumbien, Costa Rica, Kuba, Ecuador, Spanien, Mexiko, Panama, Peru, Dominikanische Republik, Venezuela und Uruguay.

Kinderpornografie

Die über das Internet angebotenen interaktiven Dienste haben zu einer Zunahme der Verbreitung und des Vertriebs von Kinderpornografie geführt. Vor kurzem hat das Europäische Polizeiamt (Europol) die größte Aktion gegen Kinderpornografie seit ihrem Bestehen durchgeführt. Es wurde ein Pädophilen-Ring zerschlagen, der sich über den gesamten Kontinent erstreckte. Eine Internet Gemeinschaft von 70.000 Mitgliedern in dreißig Ländern hatte mindestens 230 Minderjährige missbraucht. 184 der 670 Verdächtigen wurden in dreizehn Ländern verhaftet.

Der Umfang des Datenflusses mit solchen Inhalten ist besorgniserregend. Sexualtäter nutzen verstärkt Netzwerke wie Facebook. Darüber hinaus sind Eltern besorgt, seit Tablet-PCs beim Konsum von nicht jugendfreien Inhalten eine größere Privatsphäre bieten. Die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) hat formell der Zulassung der Domäne „.xxx“ zugestimmt, um die Identifizierung von Webseiten mit pornografischen Inhalten zu erleichtern. Daher wird erwartet, dass ebenso wie heute schon Webseiten über Bildung auf „.edu“ und Regierungsseiten mit „.gov“ enden, Seiten mit nicht jugendfreien Informationen künftig durch „.xxx“ klar gekennzeichnet sein werden. Der Streit darüber hat die Spannungen im Verhältnis zwischen den über 100 vertretenen Regierungen und der ICANN verstärkt. Einflussreiche Länder haben sogar die Absicht, die Kontrolle über Internetdomänen an die Vereinten Nationen zu übertragen.¹³

In Kolumbien besitzt die Nationale Polizei seit 2002 eine Sondereinheit zur Computerkriminalität.¹⁴ Und das Land verfügt inzwischen auch über die rechtlichen Mittel, um nationale und internationale Verbrecher, die sich an Kindern vergehen oder Erwachsene sexuell ausbeuten, zu verfolgen und zu bestrafen. Das Gesetz 1329 aus dem Jahr 2009 änderte das Gesetz 599 (StGB) aus dem Jahr 2000 ab, um gegen sexuelle Ausbeutung vorgehen zu können; es erstreckt sich jetzt auch auf die Nutzung elektronischer Kommunikationsmittel. Des Weiteren ergänzt und verschärft das Gesetz 1336 von 2009 das Gesetz 679 von 2001 und

bestraft Besitz, Weitergabe oder Speicherung von Pornografie mit Kindern und Heranwachsenden ebenso das Zeigen, die Übertragen und die Eingabe einschlägiger Datensätzen im Netz.¹⁵ Das virtuelle „Zentrum für unverzügliches Eingreifen“ (Centro de Atención Inmediata) der Nationalen Polizei hat inzwischen 1.400 Beschwerden über unrechtmäßige Nutzung virtueller Instrumente, sexuellen Missbrauch sowie über Misshandlungen und die Verletzung der Privatsphäre entgegengenommen. Außer dieser Website bieten auch Portale wie „Internet Sano“ und „RedPapaz“ Orientierung.¹⁶

„Internet sano“

Dieses Programm des Ministeriums für Informationstechnologien und Kommunikation wacht über die Unversehrtheit von Kindern und Heranwachsenden im Netz und bietet Schutzinstrumente, um sexuelle Ausbeutung, Pornografie und andere Missbräuche zu verhindern. Fachleute bieten Nutzern von Netzwerken wie Facebook und Twitter Hilfe bei Beschwerden. Der sachgerechte Umgang mit dem Netz wird gefördert, Verantwortliche von Internetcafés und Internetkabinen werden entsprechend geschult.¹⁷

In Kolumbien ist die Pornografie einer der im Internet am weitesten verbreiteten Inhalte. Bei den in der Suchmaschine von Google gestellten Suchanfragen hat die Suche nach Sex-Videos eine Punktzahl von 100 und damit die höchste Punktzahl erreicht. Eine von der Zeitung *El Espectador* in deren „Virtueller Urne“ am 14. Februar 2011 veröffentlichte Umfrage ergab, dass 80 Prozent der Befragten das Internet genutzt haben, um Seiten mit pornografischem Inhalt aufzurufen, während 20 Prozent dies nicht getan hatten.

Es gibt kein Profil des Online-Porno-Konsumenten, allerdings hat man Situationen bestimmt, die dieses Verhalten auslösen: Depressionen, Drogenmissbrauch, soziale Phobien und sexuelle Funktionsstörungen. An diesem Punkt muss man die Pornografie als Teil eines Problems sehen. (Albornoz 2010).

FAZIT

Eine Untersuchung der in der Welt und insbesondere in Lateinamerika bestehenden Situation – wobei hier insbesondere Kolumbien wegen der großen Anstrengungen für eine massenhafte Verbreitung des Zugangs zu Informations- und Kommunikationstechnologien hervorzuheben ist – zeigt, dass die Herausforderung der „dritten Welle“ für die lateinamerikanischen Ländern größer ist, weil deren Regierungen ihre entsprechenden Maßnahmen intensivieren müssen, um den im Vergleich zu den führenden Ländern bestehenden Technologierückstand aufzuholen. Dazu kommt, dass die Herausforderung weltweit größer geworden ist. Die Rettung der Information und Kommunikation besteht darin, dass die Meinungsfreiheit und damit die Informations- und Kommunikationsfreiheit für jeden Sachverhalt in gleichem Maße anerkannt wird. Deshalb haben die Regierenden, Behörden, Abgeordneten, Richter und Bürger in allen Ländern die Verantwortung, die Sachverhalte abzuwägen und Unterscheidungen zu treffen, um die Faktoren zu erkennen, die gemeinsam zu einem besseren Schutz beitragen und ihre Wahrnehmung garantieren können.

Übersetzung vom Spanischen ins Deutsche: Werner Müller

BIBLIOGRAPHIE

- Cotino Hueso, Lorenzo: *Libertad en Internet. (Freiheit im Internet)*, Valencia: Tirant Lo Blanch, 2007.
- Devis Granados, Isaac A. y Rincón Cárdenas, Erick: *Derechos de los usuarios de las telecomunicaciones. (Rechte der Nutzer von Telekommunikationsdiensten)*. Bogotá: Universidad Rosario, 2008.
- Studiengruppe im Internet, E-Commerce, Telekommunikation und Informatik: *Derecho de Internet y Telecomunicaciones. (Internet- und Telekommunikationsrecht)*. Bogotá: Universidad de los Andes – Legis Editors, 2003.

- Laguado Giraldo, Roberto, Gamboa Bernate, Rafael u.a.: *Estudios jurídicos sobre comercio electrónico. (Juristische Studien über E-Commerce)*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana (Handelskammer Bogotá), 2006.
 - Leer, Anne: *La visión de los líderes en la Era Digital. (Die Vision der Führer im digitalen Zeitalter)*. Mexiko: Pearson Education, 2001.
 - Muñoz Machado, Santiago: *La regulación de la red. (Die Regulierung des Netzes)*. Madrid: Taurus, 2000.
 - Pérez Luño, Antonio – Enrique: *Manual de Informática y Derecho. (Handbuch für Informatik und Recht)*. Barcelona: Ariel, 1996.
- 1| Studie von Martin Hilbert und Priscilla López von der University of Southern California. Verfügbar im Internet: www.science-mag.org – Kommentare von Schmid, Randolph E.: Was ist die Summe aller Informationen in der Welt? In: *El Universal*, (14.02.2011), Cartagena.
 - 2| Vergleichende Studie zwischen Januar 2010 und Januar 2011 veröffentlicht in: *El Tiempo*, (29.03.2011), Bogotá.
 - 3| BBCMUNDO – Colombia.com (13.04.2011). Iregui V., Andrew: Kolumbien an fünfter Stelle in der Region bei der IKT-Entwicklung. 2011.
 - 4| Bericht des MINTIC Report – Quartalsbericht IKT, viertes Halbjahr. Veröffentlicht IV – 12 – 2011. Der IKT-Bericht hat das Ziel, die wichtigsten Daten und Zahlen des Bereichs Telekommunikation durch Internet, Fernsehen und Telefonie zu verbreiten.
 - 5| Technologie – einer der wichtigsten Verbündeten für die Verbesserung der Bildung. In: *El Tiempo* (2010). S. 2 – 2, Bogotá.
 - 6| Das „.co“ gehört nicht mehr nur Kolumbien. In: *El Tiempo* (14.09.2010), S. 24, Bogotá.
 - 7| Siehe Pérez García, Camilo: Mobilfunkbetreiber zum Schutz ihrer Nutzer. In: *El Espectador* (11.03.2011), S. 10, Bogotá. bzw. auf elespectador.com.
 - 8| Der Mensch der neuen Technologien. In: *El Espectador*, (2010), S. 4, Bogotá.
 - 9| Pérez Luño, Antonio-Enrique: *Informatikrecht: Seine Unterscheidungsmerkmale*. In: *Handbuch für Informatik und Recht*. Barcelona: Ariel 1996.
 - 10| Gómez Jaramillo, Juan Carlos. Führt in „Das Grundrecht auf Internet“ aus, dass der Zugang zum Internet als eine Form des Rechts auf Information ein Grundrecht darstellt. In: *El Espectador* (13.09.2010), S. 12, Bogotá.
 - 11| Rojas Pérez Orlando. (2011) im Portal „Evaluamos – Periodismo de Código abierto“ („Evaluieren – Journalismus mit offenem Kodex“).
 - 12| Siehe Ergebnisse der Studie „Riesgo al navegar creció el último año“ („Das Risiko zu surfen ist im vergangenen Jahr gewachsen“). In: *El Tiempo*, (07.11.2011), Bogotá. bzw. auf eltiempo.com.
 - 13| *Financial Times*, „Aprobados dominios .XXX“ („Bestätigte Domänen .XXX“). In: *El Espectador* (21.03.2011), S. 22, Bogotá.

- 14] *Delitos informáticos los nuevos laberintos de la criminalidad („Computerdelikte – die neuen Labyrinth der Kriminalität“*. In: *Zeitung der PNC, (Nationale Polizei von Kolumbien) (2009), S. 23, Bogotá.*
- 15] *Colombia ya tiene leyes contra pornografía y explotación sexual de niños y adolescentes. („Kolumbien hat bereits Gesetze gegen Pornografie und sexuelle Ausbeutung von Kindern und Heranwachsenden“)*. In: *Zeitung der PNC, (Nationale Polizei von Kolumbien) (2010), S.15, Bogotá.*
- 16] *El porno en la red ataca incluso a quienes no lo están buscando. („Porno im Netz greift auch diejenigen an, die es nicht suchen“)*. In: *El Tiempo (29.06.2010), S. 1-2, Bogotá.*
- 17] *Internet sano para jóvenes. („Gesundes Internet für Jugendliche“)*. In: *El Tiempo (2010), S. 2-8, Bogotá.*

POLITISCHE PARTEIEN 2.0: MANDATE FÜR DIE NEUE POLITISCHE AKTION

Carmen Beatriz Fernández

I. EINFÜHRUNG. CHILE IM JAHR 2009: EIN BEISPIEL, DAS EINIGE DINGE ERKLÄRT.

Die Behauptung, dass das Internet die Politik verwandeln würde, ist ein journalistisches Klischee. Das wird bereits seit einem Jahrzehnt gesagt. Der Unterschied liegt darin, dass die Politik angefangen hat, es zu glauben. Vor einigen Jahren hat ein führendes Consulting-Unternehmen einen Trend mit weltweiten Folgen herausgefunden: Ein Durchschnittserwachsener sah doppelt so viel fern wie sein heranwachsender Sohn – und dieser hatte wiederum sechs Mal mehr Zeit im Internet verbracht als der Vater. Diese doch so einfachen und gleichzeitig so beeindruckenden Angaben beschreiben ein Informationskonsummuster, das die Kommunikation, so wie wir sie bisher gekannt haben, dramatisch verändert, was wiederum zu ganz klaren Auswirkungen auf die Bereiche Information, Marketing und Politik führt.

In der Tat sind diese Veränderungen offensichtlich und es scheint, dass den Organisationen nicht genügend Zeit bleibt, sie aufzuhalten. Die strukturelle Anpassung der Organisationen (sowohl in der Politik als auch bei den Körperschaften) wirkt schwerfällig in Anbetracht einer sich rasend schnell verändernden Welt. Es werden überall in der

gesamten Region und auf der ganzen Welt die klassischen Formen der politischen Repräsentation offen kritisiert. Die sich neu zeigenden Formen mögen aber auch nur Trugbilder sein. Wenn wir uns etwas näher mit ihnen beschäftigen und etwas nachbohren, dann stellen wir zum Beispiel beim so genannten „Sozialismus des 21. Jahrhunderts“ oder anderen quasi-magischen Lösungen fest, dass sie keine echten Innovationen sondern vielmehr Tricks sind, durch die die bestehenden Institutionen mit verführerischen Argumenten umgangen werden sollen und dass sie eigentlich schlimmer sind als die zuvor bestehenden Strukturen. Es handelt sich um eine Krise, die durch den auf Seiten der politischen Parteien bei der Ausübung der grundlegenden Funktionen, bei der Wahrnehmung der Regierungsgeschäfte, bei der Vertretung der verschiedenen Interessen der Gesellschaft und bei der Entwicklung von bürgerlichen Tugenden eingetretenen Qualitätsverlust verursacht wurde. Zu dieser strukturellen Komplexität gesellen sich eine offene Transparenz, die gegenüber den Wählern viele bis jetzt verborgene interne Prozesse freilegt sowie eine größere Komplexität beim Umgang mit den neuen Kommunikationsinstrumenten.

Bei den Vorwahlen der Demokraten für die Präsidentschaftskandidatur von 2008 wurde in einem Spot von Obama behauptet: „Was Sie 2008 sehen werden, wird nicht das sein, was Sie 1984 gesehen haben.“ Der Spot hat viel von dem vorweggenommen, was bei diesen Wahlen geschehen ist und was sich danach in der globalen Cyberpolitik ereignen sollte.

Dieser besagte Werbespot wurde nur im Internet gesendet. Er forderte den Wähler auf, anders zu wählen („Vote Different“), und stellte die Rivalin Hillary Clinton als totalitär und veraltet dar. Man rechnet, dass über fünf Millionen Menschen damals diese Spitze im Internet gesehen haben. Wie viele Dollar hätte es gekostet, damit die gleiche Zahl von Bürgern den Spot im Fernsehen sah? Wahrscheinlich mehr als was das Wahlkampfteam von Obama damals an Werbeausgaben zur Verfügung hatte. Das war nur der Beginn einer Kampagne, die die Rolle des Internet in politischen Kampagnen verändern sollte und das Zentrum der Medienmacht zu den neuen Technologien verlagerte. Interessanterweise wurde dieser gleiche Spot 2011 in der ersten Runde der peruanischen Präsidentschaftswahlen von dem Kandidaten Pedro Pablo Kuczynski (PPK) angepasst, der damit den zu jener Zeit im Wahlkampf führenden Kandidaten Toledo attackierte. Auch PPK bewirkte dadurch ein Erwachen in den sozialen Netzwerken, was seiner Kandidatur äußerst förderlich

war. Innerhalb eines Monats schaffte er es, von einem Kandidaten „unter ferner liefen“ fast mit dem Zweitplatzierten des ersten Wahlgangs gleichzuziehen¹.

Anfang 2009 drang in Chile ein junger Politiker in die bis dahin stabile politische Landschaft ein. Seine Wahlchancen lagen im unteren einstelligen Bereich. Es handelte sich nicht gerade um einen Außenseiter, denn Marco Enriquez-Ominami konnte einen feinen politischen Stammbaum vorweisen. Aber nach seinen eigenen Worten war er ein „Widerspenstiger“, der sich weigerte, resigniert die Kandidatenentscheidungen seiner Partei hinzunehmen. Den von ihm in seiner Rebellion ergriffenen Ausweg sah er in der Cyberpolitik – und so trat er als Alternative zu seiner Partei und zur bestehenden Regierung der „Concertación“ an. Diese Entscheidung versprach Veränderungen, besonders in dem Land mit der höchsten Internetverbreitung in ganz Lateinamerika.

Ein Jahr später geriet das bis dahin scheinbar solideste Parteiensystem Lateinamerikas ins Wanken. In Chile ging es ernsthaft um den Fortbestand der „Concertación“. Nach zwanzig Jahren befand sich die *Concertación* in Chile in der paradoxen Situation, dass sie die schlimmste politische Situation, in der sie sich seit ihrem Bestehen befand, mit einer hervorragenden Wahrnehmung ihrer Arbeit kombinieren musste. Marco erhielt bei der Wahl knapp über 20 Prozent der Stimmen. Das reichte, um die Präsidentschaftsambitionen von Frei zunichte zu machen.

Aber damit ist die Geschichte nicht zu Ende. Nach der ersten Runde gab Marco Enriquez-Ominami im Einklang mit seinem politischen Werdegang seine stillschweigende Unterstützung für Frei, den Kandidaten der chilenischen *Concertación*, bekannt. Das entsprach aber nicht der Botschaft seines Wahlkampfes. Es ist vollkommen natürlich, dass diese Entscheidung einigen seiner Anhänger gefiel und dass andere sich darüber ärgerten. Bis dahin war alles relativ normal verlaufen, aber zum Ende des Wahlkampfes begannen sich die Gemüter zu erhitzen. Und dann passiert es, dass der verärgerte Administrator seines öffentlichen Profils auf Facebook (das erste und echte mit 5.000 Top-Freunden) seinen eigenen Weg ging und die Bezeichnung des ursprünglichen Profils in „Marco Enriquez-Ominami, der sich verkauft hat“ umänderte und das Foto des ehemaligen Kandidaten durch ein Bild austauschte, auf dem eine Hand zu sehen ist, die eifrig aus einem Wasserhahn fließendes Geld einsammelt.

Ominami war offensichtlich nicht der einzige Widerspenstige in seinem Team. Man hat ihm mit gleicher Münze heimgezahlt. Und diese neuen Instrumente zeigten, dass sie neben ihrer Verwendung als mächtige Instrumente der Kommunikation und politischen Artikulierung auch die Hierarchien einer politischen Struktur brechen lassen können und dass Entscheidungen nicht respektiert werden.



Die politischen Parteien in Lateinamerika verlieren Mitglieder, ihre Führer verlieren an Autorität, Hierarchien zerbrechen, die Parteien verlieren Bindungen, Wählergunst und Engagement. Außerdem verlieren sie auch die Fähigkeit zur Kommunikation mit den Wählern. Wer könnte in diesem sich so stark verändernden Umfeld überleben? Die Antwort ist eindeutig darwinistisch: Nur wer sich gut an die neuen Kommunikationsmodelle anpasst, nur solche Parteien, die neue Formen für die politische Vertretung generieren und entwickeln.

II. ERSTER GRUNDSATZ: BEGREIFEN SIE DAS NETZ ALS EIN NEUES ÖKOLOGISCHES SYSTEM UND FÜHLEN SIE SICH ALS EIN TEIL DAVON.

Aus der chilenischen Anekdote ergeben sich mehrere wichtige Folgerungen für die politischen Parteien des 21. Jahrhunderts: Die Technologie hat in der politischen Arena äußerst wichtige Auswirkungen sowohl bei der Kommunikation als auch bei der parteipolitischen Organisation hervorgerufen. Die Parteikommunisten sind jetzt weniger folgsam. Wer früher

auf Vorgaben für eine Verhaltensweise und politische Aktion wartete, will jetzt Teil eines respektvollen Dialogs sein und gehört werden.

Das traditionelle Bild der vertikalen Kommunikation nach Art des „Rundfunks“, die vom Einzelnen zu vielen verläuft, wird jetzt durch ein Bild ersetzt, das eher wie ein Netz aussieht und sich horizontal – von vielen Sendern zu äußerst vielen Empfängern – ausdehnt. Die in den disziplinierten politischen Organisationen leninistischer Prägung einfach umzusetzende eiserne Kontrolle der Nachricht wird jetzt immer schwieriger. Die Cyberpolitik erschwert es zunehmend, die Nachrichten in einer Kampagne zu kontrollieren. Es müssen auch weiterhin Anstrengungen unternommen werden, um eine Nachricht zu übermitteln und die disziplinierte Befolgung durch die Anhänger zu erreichen. Aber jetzt geht es dabei mehr darum, in einem neuen, mehr auf Demokratie und Zusammenarbeit ausgerichteten Modell an die Überzeugungskraft zu appellieren, statt Meinungen vorzugeben.

Web 2.0 ist eine neue Art des Denkens, bei dem der kollektiven Intelligenz die grundlegende Rolle zukommt. Es ist nicht nur Technologie, es ist nicht nur das Instrument – es ist eine neue Organisationsform der Gesellschaft. Im Grunde geht es nicht mehr darum, eine Webseite zu haben, sondern die den Netzwerken zugrunde liegende Welt der persönlichen Beziehungen zu verstehen und sich aktiv an diesem weiten und neuen Ökosystem zu beteiligen. Das war der grundlegende Unterschied zwischen Obama und McCain und der Nutzung der Netze während des US-Wahlkampfes des Jahres 2008: Beide hatten die gleichen Werkzeuge zur Verfügung, Obama verstand es aber, Teil des Ökosystems zu werden. Dem unterlegenen Kandidaten gelang das nicht. So ähnlich war es auch in Chile im Jahr 2009, als sich der frühere Präsident Frei zwischen den 2.0 Werkzeugen weniger wohl fühlte als seine Gegner Ominami und Piñera. Frei hatte das erste der zehn Gebote der Cyberpolitik ignoriert²: Das Netz als ein neues Ökosystem zu begreifen und sich als ein Teil davon zu fühlen.

Es heißt, dass ebenso wie John F. Kennedy die Wahlen 1960 gewann, weil er das Fernsehen – das Medium seiner Zeit – verstehen, interpretieren und zu nutzen vermochte, Barack Obama gewann, weil er das gleiche mit den Medien seiner Zeit – dem Internet und den sozialen Netzwerken – getan hatte. Es sind zwei Wahlkämpfe, die in der Geschichte der Wahlen wichtige Meilensteine darstellen, weil sie die bis dahin vorherrschenden Kommunikationsparadigmen verändert haben.

Sicherlich ist die Politik 2.0 nicht alles, aber sie ist immer mehr. Das Internet fördert die politische Organisation außerhalb der Parteien und die Parteien verlieren dadurch das Monopol der Teilnahme. Es fällt den Akteuren der traditionellen Parteien schwer, sich mit dieser Situation zurechtzufinden. Das neue Modell des politischen Handelns hat weniger Filter. Es muss mehr integrieren, wenn es richtig funktionieren soll, und es ist viel stärker dezentralisiert, als es früher einmal war.

Der Fall in Chile hat außerdem gezeigt, dass die Negativkampagne jetzt stark auf dem Internet basiert.

Das nachfolgende Schema zeigt eine Zusammenfassung der Auswirkungen des neuen Kommunikationsmodells auf die politischen Parteien und welche Anstrengungen diese weiterhin unternehmen müssen, um sich an ein sich veränderndes Medium anzupassen:

Parteien 1.0	Parteien 2.0
lineare Rezeption	Konversation
Aktivist*innen sind passive Empfänger von Informationen	Power-Nutzer: kämpferische Aktivposten
vertikal: eine für viele	horizontal: von vielen an viele
autokratisch	demokratisch, kollaborativ
zentralisiert	dezentralisiert
exklusiv	inklusiv
stark gefiltert	fast ungefiltert

Dieses neue Ökosystem ist ohne Zweifel verwirrender als das, was wir hatten. Es ist etwas anderes, eine vertikale Kommunikation von einer Person zu vielen Personen herzustellen, als eine horizontale Kommunikation von vielen Personen zu vielen Personen. Die Wahrscheinlichkeit, dass unsere Botschaft an Kraft verliert und bei dem in den Netzwerken herrschenden Geräuschpegel verloren geht, ist größer. Aus diesem Grund müssen wir mehr denn je eine klare digitale Identität haben, die die Übermittlung der Botschaft in die Netzwerke erleichtert.

Zum Beispiel muss sich die „Humanistische Zentrums*innen“ bemühen, ihre Identität im Hinblick auf Abkürzungen, Farben, Stile, Domänen und URLs so weit wie möglich an einen Standard anzupassen. Wenn wir eine gewisse Einheitlichkeit zeigen, können wir das „Rauschen“ im Netz ver-

ringern und es unseren Anhängern erleichtern, unsere Identität wahrzunehmen. Wir sollten versuchen, auf unserer Webseite <http://www.centrohumanista.org> als URL zu nutzen, bei Twitter sind wir @centrohumanista und idealerweise sollte unser YouTube-Kanal <http://www.youtube.com/centrohumanista> und auf Facebook <http://www.facebook.com/centrohumanista> sein. Alle diese Seiten sollten eine einheitliche Gestaltung, einheitliche Schriftzeichen und Farben haben, um die visuelle Übertragung von politischen Botschaften an die Anhänger zu erleichtern.

III. WENN SICH ALLES ÄNDERT, WAS SETZT SICH DANN DURCH? EIN ZWEITER GRUNDSATZ: WERDEN SIE TEIL VON MEHREREN SOCIAL COMMUNITIES, ABER SCHAFFEN SIE SICH IHRE EIGENEN DATENBANKEN.

Wir verfügen heute über viel mehr Werkzeuge für die politische Kommunikation als noch vor einem Jahrzehnt. Wir dürfen uns aber nicht verwirren lassen. Lassen wir uns nicht davon blenden, wie raffiniert und ausgefallen diese Instrumente zu sein scheinen und lassen wir uns auch nicht so sehr von Ihnen überwältigen, dass wir die Strategie aus den Augen verlieren.

Fast alles ändert sich, aber es gibt Dinge, die das nicht tun. Prinzipien ändern sich nicht. Denn nichts ändert sich an der Tatsache, dass die Politik eine Frage der Werte ist. Nichts ändert sich an der Notwendigkeit, glaubwürdig zu sein. Nichts ändert sich an der Notwendigkeit, gute Geschichten erzählen zu können. Nichts ändert sich an der Notwendigkeit, Strukturen zu haben (obwohl sie jetzt agiler und professioneller als früher sein müssen). Schließlich ändert sich nichts an der strategischen Ausrichtung.

Wie es immer in der Politik der Fall war, müssen die Möglichkeiten der Cyberpolitik mit der zu vermittelnden Botschaft im Zusammenhang stehen. Ohne Botschaft ist die beste Technik nutzlos. Und die Botschaft ist Teil der Strategie. Die Strategie ist bei jedem Bemühen der politischen Kommunikation das Wesen. Das ist so wie in jedem Krieg. Die Strategie ist heute genauso grundlegend wie vor 2000 Jahren. Die Waffen ändern sich, das Schlachtfeld ändert sich, aber die Strategie ist unvergänglich. Die Strategie sollte wie ein Orchesterdirigent agieren und es durch Geschick ermöglichen, dass alle Instrumente mit einem harmonischen und koordinierten Klang spielen.

Die Sprache ist das mächtigste Werkzeug in der Politik. Wer die Wähler gewinnen will, muss vorher die Herzen gewinnen, egal ob bei Welt 1.0 oder bei Welt 2.0. Zu wissen, wie man eine Geschichte erzählt, ist im Wahlkampf und bei der Verbreitung von identitätsstiftenden Botschaften in den politischen Parteien von lebenswichtiger Bedeutung. Eine Erzählung aufzubauen, die eine emotionale Bindung zur Zielgruppe mit der Absicht schafft, Anhänger und Unterstützer zu schaffen. Die Symbolik und visuellen Bilder werden bei der Übermittlung dieser Geschichten immer wichtiger. Allerdings ist anzumerken, dass die Geschichte nichts taugt, wenn sie nicht auf einer Tatsache beruht: Ein geläufiges Sprichwort sagt, dass „Lügen kurze Beine haben“. Im digitalen Zeitalter sind diese Beine noch kürzer. Heute kann jeder mit den neuen Tools einigermaßen vertraute Teenager Lügen oder Betrugereien enthüllen. Deswegen kann die Realität zum schlimmsten Feind der besten „Geschichtenerzähler“ werden. Wenn die Fakten nicht wahr sind, geht alles andere schief.

Ohne Strategie sind die Werkzeuge fast nutzlos. Im Gegensatz zu früheren Jahren, als die Verantwortung für die Webseiten einem cleveren Neffen des Parteivorsitzenden übertragen wurde, „der sich in solchen Sachen richtig auskennt“, und der weder von der Parteistrategie noch von den Kommunikationslinien die geringste Ahnung hatte, erkennt man heute immer mehr die Notwendigkeit einer stimmigen Übermittlung einer einheitlichen, integrierten Kommunikationsstrategie an, bei der den neuen Werkzeugen eine Schlüsselrolle zukommt.

Das große Netz artikuliert sich über soziale Netzwerke. Menschen, die sich wegen ihrer Interessen zusammenschließen, wegen ihres Aufenthaltsorts, ihres Alters, aus Informationsgründen oder allen möglichen anderen Gründen. Es ist ein Netz ohne Anfang und Ende, ohne Ordnung und Abstimmung und klar definierte Hierarchien. Wir könnten auch von einem großen Knäuel sprechen. Von einer ganzen Reihe von Wolken, die sich manchmal zusammenfinden, dann wieder auseinander gehen und die ständig – wie in einem Ökosystem – ihre Form verändern. Werden Sie darum Teil von mehreren *Social Communities*, aber schaffen Sie sich Ihre eigenen Datenbanken. Das Management der Datenbanken in einer politischen Organisation ist eine strategische Angelegenheit und sollte deswegen ein Ordnungspunkt in diesem ganzen Knäuel sein. Man muss es als den zentralen Punkt innerhalb des äußerst weiten sozialen Netzwerkes begreifen. In der hyperkommunizierten Gesellschaft ist Information keine Macht mehr. Die Macht liegt in der intelligenten Synthese der

Informationen. Das gute Portal einer politischen Partei 2.0 muss deshalb die Synthese und der geordnete Leitfaden aller Informationen aus den Kampagnen und der Tätigkeit von Regierung und Parlament sein, die aus den in den zahlreichen sozialen Netzen und in den unterschiedlichen Informationsdiensten verstreut vorhandenen Informationen vereinheitlicht werden.

IV. DRITTER GRUNDSATZ: GEMEINSCHAFT UND MIKROSEGMENTIERUNG: EIN OUTFIT FÜR JEDES SEGMENT.

Neben der Nachricht, muss man für eine strategisch angelegte Kampagne klar seine grundlegenden Zielgruppen ausmachen. Man muss für jede Gruppe den besten Kanal benutzen, um die Botschaft zu übermitteln. Darüber hinaus ermöglicht es das Netz, eine starke Verankerung nach sozialen Komponenten und geographischer Identität zu schaffen. Manuel Antonio Garretón hat in der zeitgenössischen Gesellschaft zwei unterschiedliche Tendenzen festgestellt, die für die politische Aktion eine Herausforderung darstellen: „Ein durch die Globalisierung der Gesellschaft hervorgerufenes Auseinanderbrechen der Gesellschaft ‚von oben‘ sowie ein durch die Vervielfachung der sozialen Identitäten gekennzeichnetes Bersten der Gesellschaft ‚von unten‘. Ersteres führt dazu, dass die Gesellschaften und nationalen Regierungen die Kontrolle und das „Zentrum“ der Entscheidungsfindung verlieren und das zweite ist die Explosion der Partikularismen und Identitäten, deren grundlegender Bezug nicht mehr der Staat ist, sondern zunehmend die im Umfeld der Kategorien Zugehörigkeit und Identifikation erlebten sehr persönlichen Erfahrungen.

Der sachgerechte Umgang mit diesen neuen Werkzeugen kann diese scheinbare Dichotomie der gegenwärtigen Welt durch die Möglichkeit auflösen, soziale, geografische und ursachenbezogene Identitäten in Einklang zu bringen. Einer der wichtigsten Schlüssel während des Wahlkampfes von Barack Obama im Jahr 2008 war zweifellos die Verwendung einer Vielzahl von mit dem „short code“ „Obama“ (62.262) verbundenen Schlüsselworten. Man schätzt, dass es rund 8.000 Keywords gab, was bedeutet, dass es mindestens die gleiche Anzahl an Mikrosegmenten oder Schublade in diesem zentralen digitalen Ordner von Datenbanken gegeben haben muss, die während dieser erfolgreichen Kampagne angelegt worden waren.

Solche Zahlen, wie zum Beispiel, dass vom Wahlkampfhauptquartier 13 Milliarden E-Mails und über eine Million SMS mit 7.000 verschiedenen Nachrichten versandt wurden, sprechen für die phänomenale Wirkung der Obama-Kampagne im Internet. Wir gehen davon aus, dass die Auswirkungen aufgrund der Verbreitung noch viel größer waren, weil jede einzelne dieser Nachrichten anschließend sicher in Netzwerken weiter geleitet wurde. Es wird geschätzt, dass es in den sozialen Netzwerken rund sieben Milliarden Unterstützungen gab: Am Wahltag verzeichnete die Hauptseite Barak Obamas bei Facebook 3,1 Millionen Anhänger (im Vergleich zu 614.000 seines Rivalen John McCain). Andererseits hatte man sich auf Obamas YouTube-Kanal über 20 Millionen Videos angesehen (gegenüber lediglich zwei Millionen auf dem Kanal von McCain) und ungefähr 168.000 Anhänger verfolgten in Echtzeit die Tagesordnung des Kandidaten. Trotz dieser unglaublichen Zahlen beteuerten die Berater aus dem Obama-Team im Nachhinein immer wieder: *„Macht euch nichts vor: Die sozialen Netzwerke können noch so sexy aussehen, aber was funktioniert, sind die Datenbanken“*.

Unsere Internetstrategie kann zwei unterschiedliche Ansätze haben: Wir können versuchen, die Benutzer auf unsere Webseite zu ziehen, oder wir können die Organisation unserer Kampagne dahin bringen, wo die User sind. Egal, ob wir nun das Eine oder das Andere tun, ob wir nun die Besucher zu unserem Portal „bringen“ wollen oder ob wir uns dafür entscheiden, dass wir zu den sozialen Netzwerken gehen, wo unser Publikum ist – nur eine gute Pflege der eigenen Datenbanken bringt schließlich Ordnung in diese Sache.

In Lateinamerika sind die sozialen Netzwerke sogar noch wichtiger als in der übrigen Welt. Hier gehören ungefähr 90 Prozent der Internetnutzer einem Netzwerk an, während der weltweite Durchschnitt bei etwa 70 Prozent liegt³. Facebook ist in allen Ländern Lateinamerikas (außer in Brasilien, wo Orkut immer noch führend ist) das wichtigste soziale Netzwerk. Die Mitgliedsraten bei Facebook entsprechen heute schon fast der Zahl der Internetnutzer. Für die Jugendlichen in Lateinamerika ist heutzutage Facebook der Hauptgrund, ins Internet zu gehen. Viele legen sich nur deswegen ein E-Mailkonto an, weil Facebook dies als Zugangsvoraussetzung verlangt. Ähnlich verhält es sich auch mit dem Austausch von Fotos als bevorzugte Nutzung. Im vergangenen Jahr gab es hier einen Zuwachs von 27 Prozent und damit ist das Austauschen von Fotos die Lieblingsbeschäftigung in Lateinamerika und liegt 15 Prozent über

dem Wert in der restlichen Welt. Dagegen hat sich die Nutzung von Videos weniger beeindruckend entwickelt. Das hat wahrscheinlich mit einigen Beschränkungen bei den Breitbandanschlüssen in der Region zu tun. Die durchschnittliche Verweildauer beim Ansehen von Videos ist in Lateinamerika immer noch weit unter dem Durchschnitt in Nordamerika und Europa. In den USA sieht man sich zum Beispiel 15,7 Stunden lang Videos an. In Mexiko sind es dagegen nur neun Stunden (und Mexiko ist bei diesem Segment der Marktführer der Region).

Angesichts dieser Indikatoren ist offensichtlich, dass eine politische Partei in Lateinamerika mindestens in vier großen sozialen Netzwerken präsent sein muss: Facebook, Twitter, YouTube und Flickr. Twitter ist ein Hybrid zwischen einem sozialen Netzwerk und einem Kommunikationsmittel. Es ist tatsächlich eines der besten Medien für eine moderne politische Partei und verdient deswegen eine gesonderte Betrachtung, die im nächsten Kapitel vorgenommen werden soll.

V. VIERTER GRUNDSATZ: VERWENDEN SIE MAILING-LISTEN, TWITTER UND SMS, UM IHRE INFORMATIONEN ZU VERBREITEN.

Die Nutzung der Mobiltelefone ist noch weiter verbreitet und vielfältiger als die des Internet. Der Besitz von Handys ist dabei eine absolut demokratische Angelegenheit. Etwa 80 Prozent der Erwachsenen in Lateinamerika und fast die gesamte Bevölkerung in den Städten kann über SMS-Nachrichten oder andere, noch ausgefallene Formen der digitalen Kommunikation erreicht werden. In mehreren Ländern der Region erreicht die Mobiltelefonie das ungewöhnliche Verhältnis, dass es mehr Mobilfunkanschlüsse als Einwohner gibt. Diese massive Präsenz der Technologie beinhaltet das Potenzial für die Schaffung von Begegnungs- und Diskussionsräumen und erleichtert ebenfalls die Akzeptanz dieser neuen Mittel für die Schaffung und Einbindung öffentlicher Netzwerke.

Eine gute, mit eigenen Mitteln aufgebaute Datenbank und dazu noch ein guter Provider, erlauben es Ihnen, höchst effektive bidirektionale Kommunikationskanäle herzustellen. Für Ihre Kampagne können Sie viele verschiedene Segmente nach demographischen und geographischen Kriterien erstellen und diese mit bestimmten Interessensgebieten oder Aktivitäten kombinieren. Sie können Ihren Verbündeten massiv stark segmentierte Emails und SMS-Nachrichten (SMS) schicken. Die SMS

können ebenfalls nach relevanten Kriterien unterteilt werden oder Sie können auch Klingeltöne mit der Parteihymne oder der Erkennungsmelodie der Kampagne versenden.

Es gibt sogar einige sehr preiswerte Lösungen, nämlich das kollektive Versenden von mittellangen Kurznachrichten, was sehr billig ist. FrontlineSMS ist eine „Open Source“ (öffentlich zugängliche) Software, die NGOs und Nutzern kostenlos zur Verfügung gestellt wird, wenn diese versprechen, sie für einen guten Zweck einzusetzen. Sie kann über <http://www.frontlinesms.com> heruntergeladen werden.

Es gibt nur wenige Zweifler an der Bedeutung der Kommunikation über SMS und soziale Netzwerke während der jüngsten Unruhen in der arabischen Welt. Die Zeitschrift Timevi untersuchte in einem sehr interessanten Zeitungsartikel die vielen Parallelen, die zwischen der Demokratisierungswelle auf dem europäischen Festland in den 1840er Jahren und dem heutigen Nordafrika bestehen. In beiden Fällen handelt es sich um Regionen mit akuten wirtschaftlichen Schwierigkeiten, in denen eine Reihe von Monarchen verarmte Massen regierten. Die politische Öffnung ging zu langsam voran, als dass sie mit ihrem Tempo die Intellektuellen und die neue Mittelschicht in den Städten zufrieden stellen konnten.

Meiner Meinung nach besteht die auffälligste Parallele darin, wie die neuen Kommunikationstechnologien dieser Epochen geholfen haben, die Revolutionen zu verbreiten und einen unaufhaltsamen Dominoeffekt in der Region erzeugten.

„Vor 163 Jahren drohte das Regime in Paris damit, einen friedlichen Protest im Keime zu ersticken, woraufhin Tausende wütender Demonstranten auf die Straße gingen und Demokratie forderten. Die Menschenmenge wuchs, nahm die Straßen in Besitz, die Demonstranten verbrüderten sich mit der Nationalgarde, eine relativ kleine Zahl von Demonstranten wurde ermordet, die Armee schritt nicht ein und nach wenigen Tagen dankte König Louis Philippe ab. Noch ein Jahrzehnt zuvor hätten die Ereignisse in Paris auf Paris beschränkt bleiben können. Aber das Gegenteil war der Fall. Dank der neuen Technologien wie dem elektrischen Telegraphen, den durch Dampfmaschinen gedruckten Zeitungen und der Eisenbahn verbreiteten sich die Nachrichten wie ein Lauffeuer und erzeugten auf dem Kontinent eine Welle demokratischer Revolutionen.“⁴

Natürlich übernahmen heute in Nordafrika die Handys, das Internet und die sozialen Netzwerken die Rolle, die 1840 in Europa der Telegraph, die Presse und die Eisenbahn spielten. Wie in den oben angeführten Beispielen für Obama und Ominami war auch hier eine politische Führung entstanden, weil es eine wichtige Botschaft gab, die es an Bevölkerungsgruppen zu übermitteln galt und auf die die Menschen bereits warteten. Die Übertragung erfolgte wiederum durch die besten Mittel, die es zu jenem Zeitpunkt gab.

Nach der letzten Studie zur Cyberpolitik, die „e-lecciones.net“⁵ insbesondere über Twitter durchgeführt hat, steht Twitter bereits an der Spitze der neuen Werkzeuge für die politische Aktion. Es folgen Facebook, die Webseite der Partei sowie die Nutzung von Kommunikationsplattformen wie YouTube und Blogs.

@BarackObama hat vor kurzem in einem Tweet seine Absicht angekündigt, sich zur Wiederwahl zu stellen: *„Während ich mich weiterhin auf den Job konzentriere, für den Sie mich gewählt haben, muss die Basisarbeit für unsere Kampagne heute beginnen.“* Obama beginnt also wieder in der ihm sehr eigenen Art den Wahlkampf für seine zweite Amtszeit, ein Wahlkampf, der genauso 2.0 zu werden verspricht, wie es der erste war.

Nach der von Präsident Barack Obama verfolgten Logik beruht diese öffentliche Bekanntmachung, sich der Wiederwahl zu stellen, auf folgenden Schritten: 1. Sage es deinen Leuten an der Basis in einer personalisierten E-Mail, 2. Mache es dann über Twitter bekannt, 3. Stelle es bei YouTube ein und dann 4. – und wirklich erst dann – sollen es die Medien verbreiten ...

Die Logik unterscheidet sich nicht sehr von der, die wir bei den politischen und Wahlprozessen auf dem gesamten Kontinent beobachten können. Die Cyberpolitik ist eine Disziplin, die bei den Kampagnen ihren eigenen Raum einnimmt und die – wenn man sie richtig einsetzt – ein vollwertiger Bestandteil des gesamten Strategie- und Kommunikationsprozesses der Politik ist.

Twitter gibt es jetzt gerade einmal seit fünf Jahren und es schlägt mit 100 Millionen Accounts weltweit und täglich 130 Millionen Tweets Tag für Tag seine eigenen Rekorde. In Lateinamerika vollzieht sich das Wachstum noch schwindelerregender: Im letzten Jahr hat sich die Zahl der Nutzer

verfünffacht und die Zuwachsrate ist dreimal höher als der weltweite Durchschnitt. Von den drei Ländern, in denen dieses Mittel am meisten verbreitet ist, befinden sich zwei in unserer Region (Brasilien und Venezuela).

Darüber hinaus wurden in der letzten Zeit bedeutende Fortschritte bei der Integration von SMS und der Twitter-Plattform erreicht. Telefónica bietet es bereits in den meisten lateinamerikanischen Ländern als kostenlosen Service an (der Service ist kostenlos, für die SMS fallen aber die Standardkosten an). Das führt zu einem schnellen Anstieg der massenhaften Verbreitung von Twitter in der Region. Die Nutzung der Verbindung zwischen SMS und Twitter war auch bezeichnend für die Unruhen in Nordafrika.

Eines der herausragendsten Ergebnisse der letzten Studie von *e-lections.net* über Cyberpolitik ist eben die Untersuchung des Verhältnisses zwischen Twitter und Politik in Lateinamerika.⁶ (9) Was die Anhänger dabei am meisten tun, ist „die Botschaft eines Politikers, dem ich folge, weiterzutwittern“ und „dem von einem Politiker empfohlenen Link zu folgen“. Interessanterweise und trotz der Forderungen nach mehr Austausch in beide Richtungen, ist die am wenigsten genutzte Aktivität das Senden von Direktnachrichten an den Politiker, dem man folgt.

	Durchschnittswert
Ich antworte auf einen Tweet des Politikers, dem ich folge.	(3,1)
Ich twittere einen Tweet des Politikers weiter, dem ich folge (RT).	(3,0)
Ich schicke eine direkte Nachricht an einen Politiker, dem ich folge (DM).	(3,5)
Ich suche die Information, die ein Politiker empfiehlt (ich folge einem Link).	(3,0)
Ich werde aufgrund eines von einem Politiker gemachten Vorschlages aktiv.	(3,3)

VI. FÜNFTER GRUNDSATZ: KLINKEN SIE SICH BEI DER ONLINE-WERBUNG EIN.

Es versteht sich, dass diese Verlagerung des Schwerpunktes von Kampagnen in die digitale Welt, die wiederum eine Antwort auf die sich weltweit ändernden Konsumgewohnheiten in Richtung digitale Medien ist, mit sehr ernsten Auswirkungen in der Welt der Werbung einhergeht. Im Jahr 2008, mitten in der Weltwirtschaftskrise, hatten die Unternehmen, die in den sozialen Netzwerken aktiver waren, im Durchschnitt eine 18-prozentige Steigerung ihrer Bruttoeinnahmen⁷. Und da haben wir noch nichts gesehen. Es wird erwartet, dass bis 2014 die Ausgaben für interaktives Marketing, bei dem die neuen Kommunikationstechnologien zur Herstellung eines Dialogs mit dem Verbraucher eingesetzt werden, etwa 55 Milliarden US-Dollar bzw. 21 Prozent der gesamten Werbeinvestitionen betragen werden. Nach einer soeben von Forrester veröffentlichten aktuellen Studie gehen die Werbetreibenden von den traditionellen Medien weg und wenden sich mehr dem E-Mail-Marketing und anderen mehr bidirektionalen Werbeformen zu. Etwa 15 bis 20 Prozent des Werbebudgets für eine lokale Kampagne in einer Stadt sollte für Cyberwerbung eingesetzt werden.

Die wesentlichen Vorteile von Online-Werbung liegen in ihren in Echtzeit messbaren enormen Möglichkeiten der Interaktion und in ihrer Effektivität. Darüber hinaus bietet die Cyberwerbung Möglichkeiten zum Experimentieren: Man kann solange messen, bis man die beste Botschaft gefunden hat, die dann die meisten Klicks bringt. Die Cyberwerbung kann sehr stark segmentiert werden. Sie entscheiden, ob Sie sich an junge Rocker in Lima, an Baseball-Fans, an junge Mütter, die ihr erstes Kind bekommen haben oder an die Leser des *El Universal* wenden wollen. Die Cyberwerbung hat außerdem noch die Möglichkeiten, Multimedia-Mitteilungen (Texte, Grafiken, Audio oder Video) zu senden und dass der Wähler, wenn Ihre Botschaft bei ihm gut angekommen war, diese in seine ganzen Netze weiterleitet (Viralität).

Ein weiterer wichtiger Vorteil der Cyberwerbung besteht darin, dass ihre Auswirkungen in Echtzeit gemessen werden können. Wenn wir Zweifel an der Eignung einer Nachricht oder an der Wirkung eines bestimmten Satzes haben, der die Botschaft der Kampagne gebündelt zum Ausdruck bringt, können wir bei Google zwei verschiedene Aufrufe einstellen und prüfen, wie die jeweilige Wirkung der beiden Sätze ist. Wenn die

Kampagne dann ein paar Stunden gelaufen ist, wissen wir durch die unterschiedliche Anzahl der „Klicks“ welcher der beiden Werbeansätze „treffender“ war.

Die Kombination von bezahlter Werbung mit punktuellen Ereignissen der politischen Agenda erhöht in der Regel die Anzahl der Besucher des Portals. Zum Beispiel hatte während des Medienaufbruchs im Zusammenhang mit der Entscheidung, im Mai 2007 den venezolanischen Fernsehsender RCTV zu schließen, das Internetportal *Pueblo Libre*, das die Kampagnen für die Freiheit aus dem Bereich der studentischen Führung unterstützte, auf Google gezielte Werbung betrieben und jedes Mal, wenn ein Nutzer als Suchbegriff ein mit RCTV im Zusammenhang stehenden Begriff eingegeben hatte, diesen aufgefordert, sich der Kampagne gegen die Schließung des Portals anzuschließen.

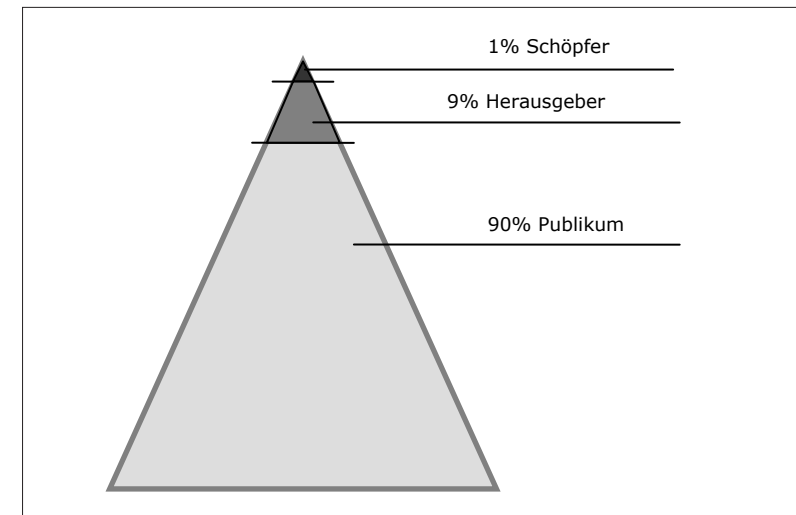
VII. SECHSTER GRUNDSATZ: SEIEN SIE HUMORVOLL.

Ein wesentlicher Bestandteil für die Viralität der Nachricht in den Netzwerken ist der Humor. Humor macht es möglich, dass eine E-Mail, die in mein Postfach eingegangen ist, oder ein Tweet in meiner Timeline von dort auch wieder herauskommt und weitergeleitet wird. Deswegen ist es für alle modernen politischen Parteien ein „Muss“, bei den ihnen zur Verfügung stehenden 2.0 Tools „frische“, spielerische und humorvolle Spritzer mit einzubauen. Ähnlich wie Kinder durch das Spielen lernen, erhalten die Wähler die relevanten politischen Informationen und die politische Kultur durch spielerische Elemente.

Ungezwungenheit und Humor sind für ein gutes politisches Portal unumgänglich. Das bestätigt auch das Handbuch des Institute for Politics, Democracy & the Internet der George Washington Universität: *„Bringen Sie den Anderen zum Lächeln und Ihre Nachricht wird weit gelangen.“* Viele Menschen sind aufgrund ihrer Arbeit oder Forschung mit dem Netz verbunden, aber die Benutzung des Netzes aus sozialen Gründen und/oder einfach zur Unterhaltung nimmt ständig zu.

Humor ist wie die Luft zum Atmen. Also, *„seien Sie humorvoll auf Ihre eigenen Kosten, spötteln Sie über Ihre Widersacher und nutzen Sie die Möglichkeiten des Internets für eine Multimediaparodie.“* Humor und Verspieltheit sind eine Garantie dafür, dass Ihre Botschaft beim Publikum ankommt und sich durch die Stärke des viralen Marketings verbreitet.

Die Regel von der Pyramidenstruktur 90-9-1⁸ gibt eine Vorstellung davon, inwieweit alles vielmehr intuitiv als statistisch zugeht. Danach beschränken sich 90 Prozent der Nutzer einer Online-Community darauf, die Beiträge zu lesen ohne sich daran zu beteiligen. Neun Prozent sind „Herausgeber“, das heißt, sie modifizieren oder kommentieren von Zeit zu Zeit die Beiträge anderer Mitglieder, schreiben aber nur selten etwas wirklich Neues. Und ein Prozent sind die „Schöpfer“, die in der Community wirklich den Inhalt schaffen. Es wäre gut, diese Werte bei der Planung unserer Community zu berücksichtigen.



Als eine politische Partei streben wir danach, „Schöpfer“ von Inhalten zu sein und die größtmögliche Anzahl von „Herausgebern“ zu uns zu ziehen, damit sie die Information weitertwitern oder dieser Information auf Facebook ein „Gefällt mir“ geben. Wie schafft man das? Es hilft, eine Armee von gut ausgebildeten und engagierten Cyberaktivisten zu haben, die immer zu Taten bereit sind. Dabei sollte man aber zwei entscheidende Zutaten nicht vergessen: Die Botschaft muss sachbezogen sein und sie muss spielerisch bzw. humorvoll übermittelt werden.

Eine Partei 2.0 muss zu „virtuellem politischem Aktivismus“ motivieren: Dazu muss sie Diskussionen im Netz über unsere eigene Webseite hinaus fördern und sie muss mit den sozialen Netzwerken verbunden sein und das ansteckende virale Marketing anschieben, das heißt, dass Nachrichten und virtuelle Events weitergeleitet werden, und so weiter und so fort.

Schließlich sollten die neuen politischen Parteien ein breites Spektrum an Möglichkeiten für Aktivitäten anbieten, die einem Sympathisanten, der unsere Webseite oder irgendein anderes Instrument unserer digitalen Identität besucht, offen stehen.

VIII. TENDENZEN

Die Studien von *Ciberpolítica*⁹ zeigen, dass es in der kurzen Zeit zwischen 2006 und 2009 große Veränderungen bei der Wahrnehmung von besseren Mitteln für die politische Kommunikation gab. Die TV-Spots sind von 66 auf 56,7 Prozent gefallen, während die Nutzung von YouTube als alternativer Plattform für politische Videos von acht auf 19 Prozent angestiegen ist.

	2006		2007-08
Blogs	9,5 %		24,4 %
Videos auf YouTube	8 %		16 %
Webseiten	24 %		31,5 %
E-Mail-Versand	23 %		26 %
SMS-Versand	9 %		13 %

Bemerkenswert ist auch, wie sich das Bewusstsein für die Neuen Medien als die besseren Kommunikationskanäle zu Lasten der traditionellen Medien entwickelt hat. Die allgemein als ATL (oder Werbung „above the line“) bezeichneten Rundfunk- und TV-Werbungen, Anzeigen in Zeitungen und andere Formen von Werbespots sind von 43 Prozent im Jahr 2006 innerhalb von drei Jahren auf einen Anteil von 33 Prozent am Kuchen zurückgegangen.

Beste Medien für politische Kontakte	2006	2009
Klassische Werbung	43 %	33 %
direkter Kontakt	34 %	24 %
Internet und SMS	23 %	43 %

Die relative Bedeutung der traditionellen Mittel der politischen Kommunikation (der direkte Kontakt von Tür zu Tür, politische Kundgebungen und persönliche Bezüge) ist ebenfalls zurückgegangen, während sich die BTL-Medien (*Below-The-Line*) als bestes Mittel für den politischen Kontakt erwiesen haben, die mit dem Internet und Textnachrichten verbunden sind. Ihre Bedeutung stieg zwischen 2006 und 2009 von 23 auf 43 Prozent.

In der Twitter-Studie 2010 sollten die Befragten angeben, wie sie den tatsächlichen Nutzen der neuen internetbezogenen Medien für das politische Handeln einschätzen. Aus den eingegangenen Antworten wurde dann das folgende Ranking bzw. eine Liste mit den für die Cyberpolitik am besten geeigneten Instrumenten erstellt.

	Ranking des Nutzens der 2.0 Tools ¹⁰ (von am meisten bis weniger wichtig)	2010
1.	Twitter für Ankündigungen, Informationen und Mobilisierung	(2,6)
2.	Facebook zum Erfassen und für die Mobilisierung	(2,4)
3.	Webseite	(2,3)
4.	Videos auf YouTube und andere	(2,3)
5.	Blogs	(2,3)
6.	Verwenden von E-Mail für die Kommunikation innerhalb der Struktur, für das Einberufen von Treffen und Wahlveranstaltungen und zur Verbreitung von politischen Botschaften	(2,2)
7.	SMS für das Einberufen von Treffen und Wahlveranstaltungen	(1,7)
8.	Podcasts	(2,1)
9.	Online Spendenbeschaffung	(1,7)

Twitter steht an der Spitze der neuen Werkzeuge für die politische Aktion. Es folgen Facebook, die Webseite des Politikers oder von Kandidaten und die Nutzung von Kommunikationsplattformen wie YouTube und Blogs. Wie bereits in früheren Studien steht die Online-Spendenbeschaffung ganz am Ende des Nutzens der neuen Werkzeuge für das politische Handeln. Sicherlich scheint es so zu sein, dass die Online-Spendenbeschaffung in diesem Teil der Welt nicht zu den herausragendsten Eigenschaften des Internet gehört, wo die Kultur des politischen Spendens noch gar nicht unter den gewöhnlichen Wähler verbreitet ist.

Obwohl das Fernsehen in der politischen Kommunikation in Lateinamerika auch weiterhin das vorherrschende Medium bleibt, ist der Einfluss in nur drei Jahren doch von 66 auf 56 Prozent zurückgegangen, während Presse und Rundfunk sich relativ stabil gehalten haben. *„Die Rundfunk- und Fernsehwerbung ist stark diskreditiert und erzeugt im Allgemeinen den gegenteiligen Effekt als gewünscht“*, sagte einer der Befragten.

Auf der anderen Seite ist – wie schon gesagt – der direkte Kontakt mit dem Politiker, ohne die Mittlerrolle der Presse, eines der wichtigsten Motive der Nutzer, den Politikern auf Twitter zu folgen. Der Wähler spürt, dass die Medien ein Filter sind, auf den er in seinen Beziehungen zu den Politikern nach Möglichkeit verzichten kann und dass er sich lieber den direkten Kontakt wünscht.

Beide Indikatoren scheinen auf einen grundlegenden Wandel im Konsumverhalten der politischen Informationen hinzudeuten, das sich zu Lasten der traditionellen Medien, insbesondere von Presse und Fernsehen, verändert.

Trotzdem gibt es für die alten Medien nicht nur schlechte Nachrichten. Es gibt Anzeichen dafür, dass durch Twitter eine Konvergenz mit Synergien zwischen den alten und den neuen Medien entsteht und dass dadurch die traditionellen Medien erneut gestärkt werden. Eine kürzlich von DigitalClarity durchgeführte Studie ¹¹ verweist auf die Tendenz der TV-Zuschauer, mit den sozialen Netzwerken zu interagieren. Obwohl die neuen Generationen viel weniger fernsehen als die vorherige Generation, benutzen 80 Prozent der Jugendlichen unter 25 Jahren einen zweiten Bildschirm, um während des Fernsehens zu kommunizieren. 72 Prozent nutzen Twitter, Facebook oder andere mobile Anwendungen, um während der Shows Kommentare abzuschicken. Die Jugendlichen verkörpern „Multitasking“. Sie machen mehrere Dinge gleichzeitig und die sozialen Netzwerke machen es möglich, dass sie sich beim Fernsehen nicht langweilen.

Andererseits hat eine Forschungsgruppe von Yahoo vor kurzem den Verkehr bei Twitter analysiert¹² und Millionen von Tweets abgeglichen und dabei festgestellt, dass 50 Prozent aller erhaltenen und weitergetwitterten Tweets (RT) von lediglich 20.000 „Elitennutzern“ erzeugt werden. Diese Elitennutzer unterteilen sich wiederum in vier Untergruppen: Berühmtheiten, Medien, Organisationen und Blogger. Ein Großteil der empfohlenen URLs stammt direkt von den Medien.

Dieses Ergebnis stimmt mit dem Resultat unserer Studie überein. Die politischen Führer gehören zur Unterkategorie der „Berühmtheiten“ und ihre Hauptaktivität während der Sessions besteht genau darin, den Verkehr zu bestimmten Links zu leiten. Twitter scheint die Gültigkeit der Theorie über die Meinungsführer zu bestätigen.

Die Medien spielen im Zeitalter der Cyberpolitik auch weiterhin eine wichtige Rolle. Der Wähler kann die Informationen aus erster Hand und ungefiltert haben wollen, geht aber dann doch zu den Medien, wenn er Glaubwürdigkeit und eine Synthese von Informationen sucht. Ein mexikanischer Teilnehmer hatte es so zum Ausdruck gebracht: *„Die Informationen aus sozialen Netzwerken sollten mit Vorsicht betrachtet und durch andere Quellen überprüft werden, denn sie sind auch ein Mittel zur Verbreitung von Gerüchten oder für Schmutzkampagnen“*. Der Wähler nutzt auch dann die Medien, wenn ihm jemand, dem er glaubt, an die Nachrichtenquelle verweist. Die sozialen Netzwerke ersetzen den Journalismus nicht. Sie können ihn vielmehr unterstützen. Auf jeden Fall wird der Journalismus durch sie zum Lernen herausgefordert.

So wie sich die Medien bei ihrer Suche nach einem neuen Geschäftsmodell anpassen mussten, müssen sich die politischen Parteien Lateinamerikas ebenfalls einem Anpassungsprozess unterziehen, durch den sie bessere Bedingungen für die Führungsarbeit und die politische Partizipation unserer Gesellschaft schaffen können. Der Verlust von Anhängern, der Verlust von Ansehen, die Schwächung von Hierarchien und der Verlust von Wählern sind Symptome einer schweren Krise. Einige dieser Faktoren sind struktureller Natur und können nicht über die Politik 2.0 gelöst werden. Das erfordert zweifellos einen größeren Ansatz. Aber die Cyberpolitik bietet den Werkzeugkasten, mit dem man Lösungen finden kann. Die Cyberpolitik allein reicht nicht, aber ohne sie könnte man in dieser sich verändernden Gesellschaft, die nach der Entwicklung ihrer Strukturen der politischen Repräsentation verlangt, nicht kommunizieren und auch nicht mobilisieren.

Übersetzung vom Spanischen ins Deutsche: Werner Müller

- 1| *Siehe die drei Spots unter <http://marketingpolitico.tumblr.com/post/3938734157/trillizos-en-peru-electoral-pedro-pablo> (17.02.2012)*
- 2| *Dekalog der Cyberpolitik unter <http://www.slideshare.net/datastrategia/ciberpolitic-anuevodecalogo> (17.02.2012)*
- 3| *ComScore, Dezember 2010.*
- 4| *Übersetzung veröffentlicht auf dem Blog von Luis Arroyo <http://www.luisarroyo.com>*
- 5| *„Twitter 2010: Ein Mittel für die politische Kommunikation“, April 2011. Weitere Informationen über diese und andere Studien unter [Ciberpolitica.net](http://www.ciberpolitica.net)*
- 6| *Die Studie zu Twitter in den Cyberpolitik wurde durch das Portal e-Lektionen.net zwischen August und Oktober 2010 durchgeführt.*
- 7| *Laut Jahresbericht der Altimeter Group.*
- 8| *Von William C. Hill entwickeltes und durch Jacob Nielsen bekannt gemachtes Konzept.*
- 9| *<http://www.ciberpolitica.net>*
- 10| *Studie Cyberpolitik 2010.*
- 11| *Rezensiert in http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/03/110323_television_twitter_facebook_en.shtml (17.02.2012)*
- 12| *Hofman, Jake M., et al: Who Says What to Whom on Twitter. In: 20th Annual World Wide Web Conference, ACM, Hyderabad (India), New York, 2011.*

WIE DIE TELEKOMMUNIKATION ZU MEHR DEMOKRATIE UND BÜRGERBETEILIGUNG BEITRÄGT

Celedonio von Wuthenau

Internetzugang und Internetgebrauch sowie die Art, wie dieses die Politik beeinflusst und gleichzeitig auch durch sie beeinflusst wird, erfordern von uns, dass wir uns mit dessen Entwicklung vertraut machen. Die Frage ist, wohin sich unsere Welt bewegt, die durch das Internet möglich wurde: die Welt der Telekommunikation und die Konvergenz der Informations- und Kommunikationstechnologien. Der vorliegende Artikel beschreibt die Entwicklung des Festnetzes, des Mobilfunknetzes, die Ankunft der Konvergenz und des Internets im Leben jedes einzelnen von uns und die Auswirkungen auf die wirtschaftliche, soziale, politische und kulturelle Entwicklung in den Ländern unserer Region. Außerdem soll untersucht werden, was die Regierungen unternehmen, um den Internetzugang in den einzelnen Regionen der jeweiligen Länder auszubauen. Schließlich wird aufgezeigt, welche Chancen dies für die nationale und regionale Integration birgt.

Der Zugang und der Gebrauch des Internets, wie es sich auf den Politikbetrieb und auf unser Leben auswirkt und welche Rückwirkungen dies wiederum für uns beinhaltet, ist ein Thema, das nicht angemessen untersucht werden kann, wenn wir nicht zuerst analysieren, wie die Entwicklung

verlief und wohin die Welt sich bewegt, die die Existenz des Internet ermöglicht hat: die Welt der Telekommunikation und die Konvergenz der Informations- und Kommunikationstechnologien.

I. BEGINN DER REVOLUTION DER TELEKOMMUNIKATION

In den vergangenen 25 Jahren hat sich weltweit ein beispielloser Wandel vollzogen und eine Entwicklung der Telekommunikation ausgelöst, die sich positiv auf unser Leben, unsere Arbeit, unsere Beziehungen zu anderen Menschen sowie Bildung und Unterhaltung ausgewirkt haben. In dieser Zeit machte der Mobilfunk seine ersten Schritte, obwohl dies noch kleine Schritte waren. Das Internet (wie wir es heute kennen) war noch weitgehend unbekannt, und bei der Festnetztelefonie brach eine neue Zeitrechnung an, die sich durch Privatisierungen, Öffnung für den Wettbewerb und Digitalisierung der Netze auszeichnete. Später konnten auf diese Art neue Dienstleistungen angeboten werden, die bis dahin undenkbar waren. Heute betrachten wir es als selbstverständlich, dass wir im Haushalt und am Arbeitsplatz über einen Festnetzanschluss verfügen, dass jedes Familienmitglied ein Mobiltelefon besitzt, dass wir Breitband-Internetzugang für die Arbeit, Bildung und Unterhaltung haben, dass wir chatten und telefonieren, Computer und *Notebooks*, *Smartphones* und *Feature Phones*, *Tablets*, etc. benutzen. Vor 25 Jahren beschränkte sich dies auf ein Festnetztelefon, möglicherweise ein Mobiltelefon und eventuell einen extrem langsamen Computer.

A) Festnetz

Das Festnetz stand am Beginn einer großartigen technologischen Entwicklung, die durch politische und unternehmerische Entscheidungen begleitet wurde. Die Welt der Telekommunikation veränderte sich radikal. Eine Veränderung beinhaltete die Öffnung der Telekommunikationsinfrastruktur für Privatunternehmen, die nun begannen, diese Dienstleistungen anzubieten, die bis dahin staatlichen Monopolfirmen vorbehalten waren. Hauptsächlich war dies auf die hohen Kosten zurückzuführen, die die Instandhaltung der Telekommunikationsnetze bedeuteten.

Die staatlichen Unternehmen boten jedoch, von wenigen Ausnahmen abgesehen, nur elementare und unzureichende Dienstleistungen an. Die hohen Einrichtungsgebühren und die lange Wartezeit bis zur Freischaltung der Telefonleitungen führten zu einem erhöhten Bedarf seitens der

Benutzer, die immerhin die staatlichen Monopolfirmen mit ihren Steuern am Leben erhielten. Jene Unternehmen konnten den Bedarf jedoch nicht angemessen abdecken.

Diese Tatsache bewirkte, abgesehen von einem allgemeinen Trend zu offeneren und wettbewerbsfähigeren Wirtschaftssystemen, im Jahrzehnt der 1990er Jahre eine Welle der Privatisierungen der staatlichen Telekommunikationsunternehmen (das gleich konnte man auch in anderen Bereichen öffentlicher Dienstleistungen beobachten, beispielsweise in der Trink- und Abwasserwirtschaft, elektrischer Energie, Abfallentsorgung, Gasversorgung, etc.). Es wurden folglich hohe Investitionen in Technologie und Ausstattung getätigt, und es erfolgte einer Ausweitung der Dienstleistungen, die den erwähnten vorhandenen Bedarf deckten. Dadurch wurden diese Dienstleistungen auch preisgünstiger. Zuvor war der Zugang zu einer Telefonleitung eine kostspielige, beinahe unerschwingliche Angelegenheit (im Bereich von Tausenden von Dollars). Sogar wenn eine Telefonleitung bereits bezahlt war, konnte es noch Monate, sogar Jahre bis zur Freischaltung dauern. In dieser Zeit richtete sich der Wert eines Hauses oder einer Wohnung erheblich danach, ob ein Telefonanschluss vorhanden war oder nicht. Und was konnte man erst sagen, wenn ein Haushalt über zwei Telefonleitungen verfügte! Heute sind die Kosten für einen Telefonanschluss niedrig, es handelt sich beinahe schon um einen symbolischen Betrag. Bis zur Freischaltung vergehen meist nur wenige Tage, je nachdem, wo sich der Benutzer gerade aufhält.

Während der Jahre der Privatisierung und Investition in neue Technologien erfolgte nach und nach die Digitalisierung der festen Telekommunikationsnetze und ermöglichte auf diese Weise Dienstleistungen, die bis dahin unbekannt waren und den Boden für den großen Wandel bereiteten, den die Datendienstleistungen hervorrufen würden. Man befand sich also im Embryonalstadium einer Entwicklung, die das Internet für die Gemeinschaft von Lehrern, Ökonomen, Politikern und für die gesamte Gesellschaft zugänglich machen sollte.

Die Privatisierung der staatlichen Monopolunternehmen hatte nicht die Schaffung privater Monopole zum Ziel. Der Staat nahm insofern eher die Rolle eines Regulators und Kontrolleurs der Unternehmen ein, der über die Einhaltung des gesetzlichen Rahmens wachte und Missbrauch ahndete – eine Aufgabe, der manche Staaten mehr oder weniger gut

nachkamen. Sobald der Markt eine gewisse Reife erlangt hatte und die gesetzliche wettbewerbsbeschränkende Frist abgelaufen war, bestand der Schritt, der auf die Privatisierung folgte, in der Öffnung der Märkte für den Wettbewerb. Um dies zu ermöglichen, wurde eine Reihe von Vorschriften erlassen, beispielsweise in Bezug auf die Zusammenschaltung von Netzen, bei der Markierung, der Bezifferung, der Qualität der Dienstleistung und in Bezug auf den Universaldienst der Telekommunikation. Trotz dessen ist eine vollständige Öffnung des Marktes für Festnetztelefonie nie eingetreten, was wohl hauptsächlich auf die hohen Kosten zurückzuführen ist, die die Instandhaltung eines Telefonnetzes mit festen Leitungen beinhaltet, welches noch dazu mit einem bereits vorhandenen und führenden Anbieter konkurrieren muss. Einen gewissen Wettbewerb konnte man auf dem Markt für Unternehmenslösungen und auf dem Markt für Ferngespräche beobachten, jedoch auf dem Markt für Haushaltsanschlüsse sind weiterhin die lokalen Festnetzanbieter führend.

Eine besondere Erwähnung verdient die Breitband-Datenübertragung. Anfangs war die Übertragungsgeschwindigkeit äußerst gering. Beim so genannten *Dial-up* (maximal 50 kbps) baute der Computer eine direkte Verbindung über die Telefonleitung auf. Dieser Service wurde von einer Vielzahl von Internetdiensteanbietern (ISP) angeboten, welche die Infrastruktur der Netzbetreiber nutzten, was in einigen Fällen kostenlos war (die Bezahlung erfolgte durch Impulswahlverfahren). In dem Maße, wie sich der Zugang zum Internet weiterentwickelte und die Geschwindigkeit zu einer elementaren Bedingung wurde, begannen die Festnetzbetreiber allmählich, Breitband-Internetzugang anzubieten, indem sie xDSL-Technologien verwendeten. Das langsame Internet gewann an Geschwindigkeit mit Angeboten, die bei 512 kbps begannen und bis zu 1,3 und sogar 5 Mbps gehen konnten. Diese Angebote wurden zum wichtigsten Wachstumsmotor für die Anbieter. Aufgrund des steigenden Interesses am Internetzugang, das sich im Markt widerspiegelte, wurden auch schnell die Anbieter von Kabelfernsehen motiviert, sich am Wettbewerb zu beteiligen. Bis dahin hatten sie lediglich die Dienstleistung des Fernsehens angeboten. Sie begannen, ihre eigene Kabel-Infrastruktur zu nutzen, um Internetzugang mit der gleichen Geschwindigkeit anzubieten wie die Festnetzbetreiber, in einigen Fällen sogar mit höherer Geschwindigkeit. Sie boten Pakete an, die sowohl Kabelfernsehen als auch Internetzugang beinhalteten und preislich äußerst günstig waren.

Zum Wettbewerb der Kabelnetzbetreiber, die nicht nur Internetzugang anboten, sondern auch in einigen Fällen begannen, in den Markt der Telefonie einzudringen (besonders über VoIP), kam der Wettbewerb der Mobilfunkbetreiber hinzu. Diese boten nun mit ihren Netzen der zweiten und dritten Generation nicht nur Mobilfunkdienste an, sondern auch Festnetztelefonie sowie feste Internetschlüsse und mobilen Internetzugang. Dies stand in gewisser Weise in Konkurrenz zu den Angeboten der Fest- und Kabelnetzbetreiber. Des Weiteren bewirkte es, dass nun Festnetzbetreiber auch mobile Dienste anbieten. In letzter Zeit hat eine Fusion zwischen beiden stattgefunden, beispielsweise zwischen Movistar und Claro.

ANLAGE I

Verbreitung/ Land	Festnetz / Haushalte	Mobilfunk / Bevölkerung	xDSL / Haushalte	Kabel- modem / Haushalte	Mobiles Internet / Bevölkerung
Argentinien	78,50	124,35	22,10	10,90	6,91
Brasilien	73,60	105,46	13,60	6,20	10,54
Chile	76,90	123,93	17,30	13,20	7,24
Kolumbien	63,00	94,41	13,80	7,30	5,57
Mexiko	61,70	82,10	26,90	4,30	7,59
Peru	41,60	79,06	11,80	1,10	2,33
Venezuela	97,00	104,81	21,90	2,70	13,95
Durchschnitt	69,80	99,40	18,70	7,00	8,60

Quelle: Signals Telecom Consulting, April 2010. info@signalstelecom.com | Angaben in Prozent.

Durch diesen Ausbau- und Entwicklungsprozess hat der Anbindungsgrad durch Festnetz in Lateinamerika mittlerweile 69,8 Prozent der Haushalte erreicht und befindet sich momentan in der Phase eines vegetativen Wachstums. In einigen Fällen hat sich das Wachstum sogar bereits umgekehrt, was dadurch ausgelöst wurde, dass das Festnetz oftmals durch Mobilfunkdienste ersetzt wurde. Nun richtet sich das Augenmerk der Festnetzbetreiber auf den Ausbau der Breitbandanbindung. Zwar handelt es sich dabei um eine Dienstleistung, die auf dem Festnetz basiert, jedoch zuverlässiger und schneller als andere, drahtlose Optionen ist.

Konkret konzentrieren sie sich auf Unternehmenslösungen (dedizierte Dienste – also kundenorientierte Dienstleistungen, *Triple Play* oder *Quadruple Play*, *Cloud Computing*, Telekonferenzen, etc.). Für Privathaushalte wird die Idee der Heimvernetzung verfolgt (Telefonieren, Datenübertragung, Internetfernsehen, IPTV). Um diesem enormen Bedarf an aktuellen Datenübertragungsdienstleistungen nachzukommen und sich auf das vorbereiten, was angesichts der Vermarktungsstrategien der Unternehmen zu erwarten ist (gewöhnlicher Datenverkehr, Musik- und Videodownloads, direkter Datenaustausch mittels P2P, IPTV, etc.), bauen die Anbieter ihre Netze aus und modernisieren sie, indem sie VDSL, ADSL2+ und FTTx installieren, während die Kabelfernsehenunternehmen Docsis 3.0 einführen. In Zukunft werden somit Datenübertragungsdienste mit 10 Mbps oder mehr angeboten, was sogar heute noch schwierig zu erreichen ist. Langfristig wird das IPTV in Konkurrenz zu den Dienstleistungen der Kabelnetzbetreiber stehen. Daher ist zu erwarten, dass die Festnetzbetreiber sich langsam umorientieren werden, von der Welt der Netzwerke hin zu paketvermittelnden IP-Netzen, weswegen die traditionelle Sprachübertragung Teil eines Datenpakets werden wird und sich so ein neues Panorama für Technologie und Dienstleistungen eröffnen wird.

B) Mobilfunk

Die Evolution und der Ausbau der Festnetztelefonie wurde begleitet von einer zusätzlichen Dienstleistung, die damals nicht als Konkurrenz betrachtet wurde: dem Mobilfunk. Zunächst bedeutete dies, dass das was vorher fest war, nun mobil wurde. Die Telefonie war hier Vorreiter, später ging diese Entwicklung dann auch auf den Datentransfer über.

Die Entwicklung und das Wachstum des Mobilfunks waren außergewöhnlich, folgt man der intrinsischen Logik, dass es sich um einen Dienst handelt, bei dem die Teilnehmer über einen persönlichen Apparat verfügen. Dies bedeutet, dass es so viele potentielle Nutzer wie Menschen auf der Erde geben kann. Tatsächlich benutzen bereits beinahe 5,5 Milliarden Menschen ein Mobiltelefon, jedoch gibt es viele Länder, die einen Verbreitungsgrad von über 100 Prozent der Bevölkerung haben, auch in Lateinamerika. Die Zukunft wird uns noch mehr Benutzer bescheren, einhergehend mit den M2M-Verbindungen, dem Informationsaustausch zwischen Maschinen.

Dieser signifikante Fortschritt hat sich in verschiedenen technologischen Entwicklungsphasen vollzogen, die als „Generationen“ bezeichnet werden, da im radioelektrischen Spektrum ständig neue Frequenzbereiche identifiziert werden konnten. Diese Frequenzbereiche sind Autobahnen zu vergleichen, auf denen sich die Kommunikation abspielt, und die den Apparat des Benutzers mit dem Funkturm des Anbieters verbindet. Auf dieselbe Art kann man dieses Phänomen auf den Straßen mit unseren Fahrzeugen beobachten: steigendes Verkehrsaufkommen erhöht den Bedarf an neuen und breiteren Straßen und Autobahnen, die zu einer besseren Verkehrsverteilung führen. Gleiches gilt für die mobile Kommunikation: die Menge des Datentransfers erhöht sich exponentiell, womit die Notwendigkeit steigt, für diese Dienste ein neues Spektrum zu identifizieren sowie fortschrittlichere Technologien zu entwickeln, die das verfügbare Spektrum besser ausnutzen und gleichzeitig neue und fortschrittlichere Dienstleistungen ermöglichen. Soviel zur Evolution des Mobilfunks, der gemeinsam mit dem Internet die Welt revolutionierte.

Die erste Generation (1G) des Mobilfunks kam in der Region Ende der 1980er Jahre und zu Beginn der 1990er Jahre auf. Es handelte sich um eine Dienstleistung der analogen Sprachübertragung im Frequenzbereich von 800 MHz und beruhte auf dem AMPS. Zunächst gab es lediglich einen Anbieter, dem dann später ein direkter Konkurrent hinzukam, was diesen Markt zu einem der ersten Telekommunikationsmärkte machte, auf dem Konkurrenz herrschte. Die Kosten für diesen Dienst waren überaus hoch, genauso wie die Geräte, weshalb sich auch nur Wenige den Luxus eines solches Gerätes leisten konnten. Diese Dienstleistung gab dem Benutzer die Freiheit, anzurufen wann er wollte, zu jedem Zeitpunkt, zu dem er verfügbar für alle war, die ihn anrufen wollten. Damals übernahm der Benutzer des Mobiltelefons die gesamten Kosten des Anrufs, ob er nun selbst anrief oder angerufen wurde (heute bezahlt man normalerweise die Anrufe, die getätigt werden, jedoch nicht die eingehenden Anrufe). Manchmal war dies sogar der einzige, Weg, Zugang zu einem Telefon zu bekommen, angesichts der Unmöglichkeit, ein Festnetztelefon zu erhalten, da die staatliche Monopolfirma nicht in der Lage war, eines zu liefern.

Der nächste Entwicklungsschritt des Mobilfunks war seine Digitalisierung, die begleitet wurde vom Zeitmultiplexverfahren (TDMA und GSM) und den Codemultiplexverfahren (CDMA). Sie sind als Systeme der zweiten

Generation (2G) bekannt. In vielen Fällen fand die Digitalisierung auf der gleichen Frequenz von 800 MHz statt, bis zu dem Zeitpunkt, als andere Frequenzbereiche auf 1.800 und 1.900 MHz freigegeben wurden, die es erlaubten, neue Anbieter einzubeziehen. Die Konkurrenz stieg damit auf drei, vier oder sogar fünf Unternehmen auf demselben Gebiet an. Dieser technologischen Entwicklung kamen regulatorische Entscheidungen hinzu, wie beispielsweise das *Calling-Party-Pays-System* (der anrufende Teilnehmer bezahlt) und unternehmerische Entscheidungen wie die Einführung von Prepaid-Services, was die Zahl der Benutzer sprunghaft ansteigen ließ. Dies wirkte sich positiv auf eine konstante Senkung des Wertes der Geräte aus und verursachte somit eine Massifizierung des Mobilfunks. Auf diese Weise wurde das, was ehemals ein Luxusartikel war, zu einem unersetzlichen Instrument für Arbeit und Kommunikation. Nicht nur angestellte Berufstätige nutzten nun diese Telefone, sondern auch Selbstständige wie beispielsweise Klempner, Elektriker, Dachdecker, Techniker, etc., also Personen, die ständig in Bewegung von einem Ort zum anderen sind und auf diese Weise eine wichtige Unterstützung erhielten, die es ihnen ermöglichte, ihre Arbeit und ihre Einkünfte zu steigern.

Die Technologie entwickelte sich weiter, nun suchte sie nicht mehr lediglich, das Frequenzspektrum effizienter zu nutzen und eine bessere Qualität im Bereich der Sprachübertragung, sondern ermöglichte auch eine mobile Datenübertragung, die in Geschwindigkeit dem Festnetz in Nichts nachstand. Somit war also auch der mobile Internetzugang möglich.

Die Internationale Fernmeldeunion (ITU) arbeitete bereits während der 1990er Jahre an dieser Möglichkeit. Damals hießen diese Systeme IMT-2000-Systeme der dritten Generation (3G). Die ersten Betriebssysteme sollten ab dem Jahr 2000 verfügbar sein. Das Anfangsziel bestand darin, ein Frequenzspektrum und eine Technologie zu identifizieren, die mit den von der ITU festgelegten Standards in Einklang standen und bezogen sich auf eine Ausweitung der Dienstleistungen und die Vereinfachung des internationalen Roamings. Aus verschiedenen Gründen war dies nicht durchführbar, obwohl eine Vielzahl von Frequenzspektren identifiziert worden war – ein Prozess, der jedoch noch nicht abgeschlossen ist. Der Frequenzbereich, der bis heute identifiziert ist, umfasst die Bandbreiten von 450, 800, 900, 1.700, 1.800, 1.900, 2.100 und 2.500-2.600 MHz. Es werden jedoch auch andere Bandbreiten analysiert, wie die von 700 MHz (in den USA ist diese bereits für den Mobilfunk freigegeben worden) und

Frequenzen über 3400 MHz. Das Gleiche ist im Bereich der Technologien geschehen. Anfangs wurden fünf Technologien freigegeben, die bekanntesten und am weitesten verbreiteten waren CDMA2000, WCDMA (UMTS) und TD-SCDMA (China), die alle auf dem Codemultiplexverfahren CDMA basieren. Später kam dann noch WiMAX Mobile hinzu, eine OFDMA-Technologie.

In Lateinamerika wurde 3G auf den Frequenzen, die bislang für die 2G Systeme benutzt wurden, eingeführt. In einigen Ländern kam noch das europäische Frequenzspektrum von 1.900-2.100 MHz hinzu, wohingegen andere Länder das nordamerikanische Frequenzband AWS (1.700-2.100 MHz) benutzten oder dies noch immer tun. Es handelt sich dabei nicht um willkürliche Zuteilungen, denn das erste kann von den Ländern genutzt werden, die für die 2G-Systeme das europäische Frequenzspektrum von 1800 MHz benutzten (im Falle Brasiliens), wohingegen das zweite von den Ländern genutzt werden kann, die für die 2G-Systeme das nordamerikanische Frequenzspektrum PCS von 1900 MHz nutzen (im Falle von Argentinien, Chile, Mexiko, u.a.). Vom technologischen Standpunkt aus gesehen haben sich Netze entwickelt, die sich in ständiger Weiterentwicklung befinden und den Wegen von CDMA2000 1X und seiner Datenentwicklung EVDO Rel.0 und EVDO Rev.A folgen, oder dem Weg von WCDMA (UMTS) und seiner Erweiterung für höhere Datenübertragungsraten HSDPA, HSUPA, HSPA, HSPA+. Durch die Nutzung dieser Technologien konnten die Betreiber das Frequenzspektrum effizienter ausschöpfen und hatten somit höhere Kapazitäten für die Sprachübertragung zur Verfügung (sie verdoppeln und vervierfachen sogar die Kapazität der 2G-Systeme), höhere Kapazitäten für Geschwindigkeit bei der Datenübertragung (Höchstgeschwindigkeiten von 5 und bis zu 14 Mbps, die bei normalem Gebrauch zwischen 1 und bis zu 3 Mbps liegen, je nachdem, wie sehr das Netz optimiert und wie sehr es beansprucht wird), sowie für kürzere Latenzzeiten. Diese sind elementar für Dienstleistungen der Sprachübertragung, wie beispielsweise Voice over IP (VoIP), denn diese hängen genau davon ab.

Die Bedeutung dieser Netze nimmt immer weiter zu in dem Maße wie das Internet sich auch auf alle Bereiche des politischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Lebens der Menschen ausbreitet und sich als ein unverzichtbarer Dienst für die moderne Welt und die Zukunft herausstellt. Die ITU erwartet für Ende 2011 eine Milliarde von Nutzern des mobilen Breitbandsystems, wobei sie sich auf Daten von Ende 2010

stützt. Zu diesem Zeitpunkt gab es 940 Millionen registrierte Nutzer dieser Dienstleistung. Für den Mobilfunk gab es 5,3 Milliarden von Nutzern (*Telesintese, UIT estima que banda larga móvel alcance 1 bilhão de usuários até julho*, <http://www.telesintese.com.br/index.php/plantao/17188-uit-estima-que-banda-larga-movel-alcance-1-bilhao-de-usuarios-ate-julho>).

Man spricht bereits von der vierten Generation (4G). Dies verspricht höhere Geschwindigkeiten (eine Spitzengeschwindigkeit von 100/200 Mbps), höhere Kapazität und kürzere Latenzzeiten. Die Technologie, die dafür angewendet werden soll, ist OFDMA mit LTE (*Long Term Evolution*) und in geringerem Maße WiMAX mobile. Die Mehrheit der Mobilnetzbetreiber weltweit hat erklärt, dass sie LTE als 4G-Technologie verwenden werden, einige sagten jedoch auch, sie würden zunächst versuchen, die 3G-Technologien voll auszuschöpfen, sei es durch EVDO Rev. B oder HSPA+, bevor sie diesen Schritt unternehmen würden. Aktuell gibt es in den USA Betreiber, die über LTE-Netze auf der Frequenz von 700 MHz verfügen und über WiMAX auf dem Frequenzspektrum von 2.500-2.600 MHz, weswegen man in Lateinamerika erwartet, dass die LTE-Technologie auf beiden Frequenzbereichen eingeführt und mit 2.500-2.600 MHz begonnen wird, da die Bandbreite von 700 MHz noch nicht freigegeben ist.

Hier ist eine interessante Diskussion zu beobachten zwischen den Befürwortern der Freigabe der Bandbreite von 700 MHz für die Telekommunikation („Digitale Dividende“) und denjenigen, die dafür sind, dass es im Einflussbereich der Rundfunkübertragung verbleibt. Dieses Bandenspektrum wird frei werden, sobald der Übergang vom analogen zum digitalen Fernsehen abgeschlossen ist. In diesem Prozess befindet sich die Mehrheit der Länder. Das Interessante des Frequenzbereichs von 700 MHz, ist, dass es wie der Bereich von 450 MHz niedrige Frequenzen mit einer hohen Verbreitung sind, was dem Betreiber ermöglicht, die Investition in Funktürme gering zu halten und die damit verbundenen Kosten im Vergleich zu höheren Frequenzen niedriger sind.

Abgesehen von dieser Entscheidung beobachten wir, dass der Mobilfunksektor weiterhin wächst und dies auch in Zukunft so bleiben wird, genauso wie die Dienstleistungen im Bereich der Datenübertragung, was zu einem größeren Bedarf am Frequenzspektrum und eine kontinuierliche technologische Entwicklung führen wird. So können die Betreiber jedoch

besser auf die Bedürfnisse des Marktes eingehen, die sie selbst durch ihre Angebote im Handel wecken.

Ein wichtiger Spieler auf diesem Markt sind die Mobilfunkgeräte. Diese Telefone waren anfangs einfach zum Telefonieren gedacht. Später kam dann jedoch die Möglichkeit hinzu, Textnachrichten zu versenden und zu empfangen, und sie verwandelten sich immer mehr zu kleinen Computern, die gerade in eine Hand passen. Diese Telefone haben Internetzugang, speziellen Zugang zu sozialen Netzwerken wie *Facebook* und *Twitter*, E-Mail, GPS, Zugang zu Programmen wie *Word*, *Power Point* und *Excel*, Foto- und Videokameras, Musik, Radio, TV, etc. Sie besitzen eine *Qwerty-Tastatur* oder einen *Touchscreen*. Zu diesen Telefonen kommen noch Apparate wie *Tablet-Computer* und die *Netbooks* hinzu, die sich automatisch mit den verfügbaren Netzwerken verbinden, sowie Laptops und andere Computer, bei denen die Verbindung mittels USB hergestellt wird. Die wichtigste Voraussetzung jedoch für alle diese Systeme ist die Verbreitung der 3G- und WiFi-Netze.

Es gibt technologische Entwicklungen, die eine Reihe weiterer Dienstleistungen und Geschäftsmöglichkeiten nach sich ziehen. Eine dieser Art ist die *Near Field Communication* (NFC), die es ermöglicht, eine direkte Kommunikation zwischen Geräten herzustellen, wobei ein nur sehr geringer Abstand (einige Zentimeter) erforderlich ist. Dies ermöglicht beispielsweise, dass *Smartphones*, *Tablet-Computer* und andere Geräte benutzt werden können, um elektronische Zahlungen abzuwickeln, indem man lediglich das Gerät an den betreffenden Apparat annähert. Die Lastschrift erfolgt dann direkt auf das Konto des Benutzers. Auf diese Weise wird das *Mobile-Payment* gefördert.

Das Festnetz erschöpft sich, wenn es in jedem Haushalt ein Telefon gibt, ein weiteres im Büro und in jedem Betrieb. Dahingegen ist das Mobiltelefon ein persönlicher Gegenstand, was bedeutet, dass jeder Mensch ein potentieller Benutzer eines Mobiltelefons ist. Lateinamerika hat eine geschätzte Bevölkerung von 592.556.972 Einwohnern (<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>). Andererseits gibt es 568 Millionen registrierte Mobilfunkbenutzer, von denen 27 Prozent mehrere Angebote nutzten (Informa Telecom & Media; by Ian Mansfield | 17. März 2011: 11:10, www.cellular-news.com). Dies bedeutet, dass viele Menschen mehr als ein Mobiltelefon sowie mehrere SIM-Karten besitzen, wodurch sie die Angebote der verschiedenen Betreiber nutzen können, um Anrufe

zu tätigen oder sich mit dem Internet zu verbinden. Ein weiteres Motiv ist die wachsende Aktivierung des mobilen Breitbandsystems, durch die viele Menschen die Nutzung von Telefondienstleistungen ergänzen, sei es dadurch, dass sie ihren festen Anschluss durch einen Breitband-Zugang erweitern oder, wie es in vielen Fällen geschieht, der mobile Internetzugang am wichtigsten wird. All das hat dazu geführt, dass einige Länder der Region eine Verbreitung des Mobilfunks von über 100 Prozent haben. Unter diesen Ländern kann Brasilien mit 206 Millionen Nutzern und einer Verbreitung von 105,46 Prozent, genannt werden. Dies macht es zum sechstwichtigsten Markt für Mobilfunksysteme weltweit. Weitere Länder, in denen es eine Verbreitung von Mobiltelefonen von über 100 Prozent gibt, sind Argentinien, (124,35 Prozent), Chile (123,93 Prozent) und Venezuela mit 104,81 Prozent. Der Durchschnitt der Region liegt bei 99,40 Prozent und es wird erwartet, dass es bis zur Jahresmitte die 100-Prozent-Marke überschreitet (siehe Anlage I).

C) Konvergenz

Der technologische Fortschritt im Gleichschritt zum steigenden Interesse der Betreiber, eine große Zahl von Dienstleistungen anzubieten, führt zu einer Konvergenz, die nur durch einzelne regulatorische Beschlüsse oder durch Schwierigkeiten, Übereinkünfte zwischen Unternehmen zu schließen, gedämpft wird.

Wir sprechen hier vom *Triple* und *Cuadruple Play*. Die Grundlage dieser Dienstleistungen ist das Breitbandnetz, ohne das das Angebot an Fernsehen und Datenübertragung in hoher Geschwindigkeit nicht möglich ist. Im ersten Fall geht es um Dienstleister, die Festnetztelefonie, Mobilfunk und Zugang zu Breitbandinternet anbieten können. Im zweiten Fall kann der Anbieter außer den erwähnten auch noch andere Dienste im Bereich des Pay-TV wie beim Kabelfernsehen hinzufügen. Die Anbieter können hierbei ihre eigene Technologie verwenden oder Abkommen mit anderen Unternehmen, die diese Dienste anbieten, abschließen.

Auf diese Weise wird die Grenze zwischen Telekommunikationsdienstleistungen Rundfunkübertragungen immer weniger wahrnehmbar, da, zumindest vom technologischen Standpunkt aus betrachtet, Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen, von Pay-TV und anderen Rundfunksystemen alle Arten von Services anbieten können. In diesem Fall ist es eher die gesetzliche Regulierung, die gewisse Grenzen auferlegt.

In Argentinien können Telekommunikationsunternehmen keine Rundfunkdienstleistungen übernehmen, wohingegen Kabelfernsehunternehmen durchaus Internetzugang und Telefonie anbieten dürfen. Die konkrete Wirklichkeit sieht jedoch so aus, dass Telekommunikationsunternehmen bereits über die notwendige Infrastruktur verfügen, um an einigen Orten IPTV anbieten zu können. Von Seiten der Kabelfernsehunternehmen ist Telecentro das einzige Unternehmen mit einer offiziellen Genehmigung für Quadruple Play. Das wichtigste Kabelfernsehunternehmen und der drittgrößte Breitbandinternetprovider des Landes befinden sich jedoch momentan in einem Rechtsstreit mit der Regierung, wo nichts weniger auf dem Spiel steht, als seine Lizenz.

In Brasilien hingegen ist ein Gesetzesentwurf auf dem Weg, der den Telekommunikationsunternehmen gestattet, in den Markt des Fernsehens einzudringen. Dennoch vergibt die Regierung bereits DTH-Lizenzen an die Telekommunikationsunternehmen, so dass sich die Situation so darstellt, dass die Telekommunikationsbetreiber in der Lage sind, vier verschiedene Dienstleistungen anzubieten.

In Mexiko ist *Triple Play* seit 2007 freigegeben, und obwohl die Kabelfernsehunternehmen alle Arten der Telekommunikationsdienstleistungen anbieten können, ist es Telmex noch immer nicht gestattet, Kabelfernsehen anzubieten.

Diese Konvergenz von Telekommunikation, Rundfunk und Informatik, also die Konvergenz von Informations- und Kommunikationstechnologien ist nicht mehr wegzudenken. Sie verbreitet sich und entwickelt sich weiter. Es wäre daher wünschenswert, dass die Regierungen anfangen, konkrete Maßnahmen zu ergreifen, um die Konvergenz zu fördern und versuchen würden, das Maximum an Möglichkeiten auszuschöpfen, die diese für die wirtschaftliche, politische und soziale Entwicklung der Länder birgt.

D) Internet

All diese festen und mobilen Netze, die zusammen mit den Seekabeln die Kommunikation übermitteln, die Satellitenkommunikationsnetze und die Kabelfernsehnetze und alle anderen, die mit diesen wieder in Verbindung stehen, indem sie über die Familie der TCP/IP-Protokolle miteinander verbunden sind, bilden das Internet. Ihrerseits verbinden sich mit

diesen Netzen dann wieder Server, Computer, Telefone, *Smartphones*, *Feature Phones*, *Tablet-Computer*, und eine Vielzahl von Zwischen- und Endgeräten bilden auf diese Weise das Netz der Netze. Diese Protokolle ermöglichen, dass heterogene Geräte und Netzwerke, die sich an verschiedenen Stellen der Welt befinden, miteinander kommunizieren können und ein großes, logisches weltumspannendes Netzwerk bilden. Nun ist es so, dass eine der erfolgreichsten Dienstleistungen das *World Wide Web* (www oder das so genannte „Web“) ist. Es gibt sogar eine gewisse Verwirrung zwischen den beiden Begriffen. Konkret benutzt das „Web“ das Internet als Übertragungsmedium, denn das Web ist ein einfaches Hypertextsystem zum Lernen und Nachschlagen, das 1990 gegründet wurde. Weitere Dienstleistungen, die das Internet zur Übertragung nutzen, sind unter anderem E-Mail (SMTP), P2P-Filesharing, Internettelefonie (VoIP) und das Internet Protocol Television (IPTV).

Eine wichtige Entwicklung, die nach und nach in ihrer Bedeutung wachsen wird, ist die so genannte „Wolke“ (*Cloud*). Die Wolke ist „ein beliebiger Ort im Internet“ an dem alle Inhalte, Programme und Anwendungen, die aktuell in unseren PCs, *Smartphones* und sogar auf Servern gespeichert sind, auffindbar sind. Beinahe alles wird sich in dieser „Wolke“ wiederfinden, in öffentlichen oder privaten Datenzentren, und alles wird von jedem Gerät aus jederzeit und überall zugänglich sein.

Das Internet hat die Welt und ihre Resultate auf eine unvorstellbare Art näher gebracht. Das Web hat es ermöglicht, dass Millionen von Menschen auf der ganzen Welt sofortigen Zugriff auf eine große Zahl und Vielfalt von Information der vielfältigsten Quellen haben. Genauso hat es die Verbindung zwischen Personen über soziale Netzwerke, Sprachkommunikation vom Typ Skype, Textnachrichten oder E-Mail ermöglicht. Das Internet hat Arbeiten aller Art erleichtert, beispielsweise den Handel, die Industrie, die Dienstleistungen, Landwirtschaft, Viehzucht, Bergbau und zweifellos die Geschäftswelt. Und genauso wie es die Geschäfte vereinfacht, erbringt es auch in unserer Freizeit Dienste. Man kann Musik, Videos, Filme, Bücher, Zeitschriften, Tageszeitungen sowie Online- und interaktive Spiele herunterladen und austauschen. Es ist möglich, durch das Internet fernzusehen oder Radio zu hören, egal wo man sich gerade befindet. Wenn man ein *Smartphone* oder einen *Tablet-Computer* besitzt, scheint es so, als hielte man die ganze Welt in seiner Hand.

Einer der Bereiche, bei dem man die Auswirkungen des Internets am besten beobachten kann, ist die Welt der sozialen Netzwerke. Lateinamerika absorbiert sehr schnell alles, was mit sozialen Netzwerken zu tun hat. Zum Teil mag dies an dem exponentiellen Anstieg der Zahl der Internetnutzer liegen. *ComScore* zufolge ist das Internet in Lateinamerika zwischen August 2009 und August 2010 um 17 Prozent gewachsen, wohingegen der weltweite Durchschnitt bei 10 Prozent liegt; Brasilien ist mit 75 Millionen Internetnutzern eines der fünf wichtigsten Länder weltweit, gemeinsam mit China, den USA, Indien und Russland (BNA) (*ComScore, Memoria Digital Latinoamerica 2010*, März 2011, http://www.comscore.com/esl/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2011/2010_Digital_Year_in_Review_Latin_America). Es wird beobachtet, dass immer Internetnutzer sich vom Gebrauch der Sofortnachrichten und dem E-Mail abwenden und sich mehr in Richtung der sozialen Netzwerken orientieren, wobei *Facebook* unumstritten in der Führung liegt. Sechs der fünfzehn weltweit wichtigsten Märkte für *Facebook* befinden sich in Lateinamerika. Die Verbreitung von *Facebook* unter denen, die online unterwegs sind, liegt bei 89.5 Prozent in Chile, bei 88.3 Prozent in Argentinien, bei 87.8 Prozent in Venezuela, bei 86.7 Prozent in Kolumbien, bei 83.4 Prozent in Peru und bei 82.6 Prozent in Mexiko. In Brasilien hingegen ist *Orkut* wichtiger. Dies zeigt, dass es auch andere soziale Netzwerke in der Region gibt, die immer wichtiger werden und die sich besser an die lateinamerikanische Persönlichkeit anpassen. Außer *Orkut* in Brasilien können wir noch *Hi5* und *QuePasa* in anderen Ländern der Region nennen. Dieser Trend wird sich noch verstärken, da der Zugang sich schnell von den festen Netzen zu den mobilen Netzen verschiebt, ein weiterer Trend, der sich verstärken wird, da die Preise der *Smartphones* und *Feature Phones* (vorrangige Anwendung für Musik und soziale Netzwerken) sinken werden.

In diesem Sinne können wir auch *Twitter* (sehr beliebt bei einigen Politikern) nennen. Auch hier befinden sich sechs der fünfzehn wichtigsten Märkte in Lateinamerika: Brasilien, Venezuela, Argentinien, Chile, Mexiko und Kolumbien. (*ComScore, Memoria Digital Latinoamerica 2010*, März 2011)¹

Momentan sind in Lateinamerika 204.689.836 Internetuser registriert (<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>). Vom technologischen Standpunkt aus betrachtet, gibt es in Lateinamerika eine Verbreitung von xDSL bei 18,7 Prozent der Haushalte, wohingegen die Verbreitung

von Kabelmodems bei 7 Prozent liegt und das mobile Internet bei 8,6 Prozent (siehe Anlage I). Das Wachstum des Letzteren wird immer wichtiger, weswegen man erwartet, dass es im Laufe des nächsten Jahres den festen Internetzugang überholen wird.

E) Das Internet in der Politik

Das Internet wurde begleitet durch einen bedeutenden Zuwachs der Anzahl von Apparaten mit Internetzugang, ein Zustand, der sich gegenseitig verstärkt. Auf der Seite der Computer sind *Desktop*, *Laptops*, *Notebooks*, *Netbooks* und jetzt auch *Tablet-Computer* zu nennen (diese befinden sich schon auf der Grenze zu dem, was heute ein Mobiltelefon ist). Auf der Seite der Mobiltelefone können wir die *Smartphones*, *Feature Phones* (spezielle Telefone für Musik und soziale Netzwerke) sowie andere Apparate nennen, die zwar kein Betriebssystem haben, mit denen jedoch ein Internetzugang möglich ist, was dazu führt, dass eine wachsende Zahl von Leuten Internetzugang besitzt. Dies wiederum wirkt sich stark auf Politik und den Politikbetrieb aus.

In der Tat hat das Internet einen interessanten Weg zu mehr Bürgerbeteiligung und zur Entwicklung demokratischer Systeme eröffnet. Einerseits trägt die Tatsache, die vollständige Regierungsführung ins Internet zu verlagern dazu bei, dass durch das *E-Government* die öffentliche Verwaltung der Regierung den Bürgern näher gebracht wird und diese ihrerseits schnell und einfach Zugang zu Information über die Regierungstätigkeit einsehen können. So können sie interagieren, Standpunkte zum Ausdruck bringen, Fragen stellen und sogar Verwaltungsangelegenheiten erledigen, die früher stundelanges Anstehen und bürokratischen Aufwand bedeuteten. Im Internet finden die Bürger ein geeignetes Medium, um auf die Politik Einfluss zu nehmen. Dafür müssen sie nicht notwendigerweise die ganze Zeit auf den entsprechenden Regierungsseiten surfen, sondern können dies auch durch *Twitter*, *Facebook* und spezielle *Blogs* tun. Ihrerseits können Beamte und Politiker durch diese Interaktion mit den Bürgern durch dieses Medium ihre Amtsführung verteidigen und die Bevölkerung von den Entscheidungen überzeugen, die getroffen werden. In diesem Falle dient das Internet zum Zusammentragen von Information und um zu sehen, wie die Menschen auf bestimmte Initiativen oder Politikbeschlüsse reagieren.

Durch den Gebrauch von E-Mail, Textnachrichten und *Twitter*, *Facebook*, *Blogs* und ähnlichen Systemen können Politiker nun den Bürgern ihre Meinungen und Positionen zu bestimmten Themen nahebringen. Außerdem haben diese Instrumente auch die Möglichkeit einer direkten Interaktion zwischen Bürgern und Politikern eröffnet, die früher nicht möglich war und sich klar auf die Art der Regierungsführung auswirkt. Vor der Existenz des Internets erreichte der Politiker die Leute über das Radio und das Fernsehen in einer einseitig ausgerichteten Nachricht, wobei letztlich dem Empfänger nicht viel anderes übrig blieb, als sich bis zum Wahltag zu gedulden, um eine Reaktion zum Ausdruck zu bringen. Heute ist es dank des Internets möglich, eine Kommunikation in beide Richtungen zu führen. Dies trägt zu einer größeren Demokratisierung des Systems bei und gestaltet es direkter, wobei es außerdem die Repräsentativität fördert. Dies verlangt dem Politiker einen verantwortungsvollen Umgang mit diesen Instrumenten ab, denn Kommentare, die falsch interpretiert werden könnten, sollten vermieden werden.

Ereignisse, Vorfälle, Entscheidungen und Politikmaßnahmen können praktisch sofort eingesehen werden, verbreiten sich in alle Landesteile und überschreiten die Landesgrenzen, was einen direkten Einfluss auf das politische Geschehen mit sich bringt (nicht nur auf politischer Ebene). Dies trägt entschieden zur Öffentlichkeit der Regierungsgeschäfte und auch der Amtsführung der Politiker bei. Gleichzeitig können sich die Bürger über soziale Netzwerke organisieren, um Demonstrationen, Aufrufe Verachtungsbekundungen, etc. abzuhalten.

Demgegenüber versuchen autoritäre und antidemokratische Regierungen, verschiedene Formen zu finden, um den Informations- und Nachrichtenfluss zu verhindern und zu kontrollieren. Sie versuchen sogar, den Internetzugang zu unterbrechen, was wir in den Revolten der arabischen Welt beobachten konnten. Nicht immer muss es soweit kommen, jedoch sind Aktionen, die die Pressefreiheit beschränken oder das Funktionieren des Internets behindern (was verschiedene ISP anbieten), das Auferlegen einer gewissen Zensur bei einigen Portalen und Suchmaschinen, Versuche, den Einfluss des Internets auf die Gesellschaft zu beschränken.

Die Telekommunikation hat bewirkt, dass Politiker und Politik, die bisher die Urheber der Thematik und der Ereignisse waren, sich oftmals genötigt sehen, auf die Anforderungen, die die Gesellschaft an sie trägt zu reagieren, Erklärungen abzugeben und sich auf der Höhe der Zeit zu

halten. Andererseits können sie so eine große Anzahl von Leuten erreichen und mit ihnen auf eine bis dahin völlig unbekannte Art und Weise interagieren. Die Ausübung der Politik wird begünstigt durch einen verantwortungsvollen Gebrauch all dieser Instrumente, die uns das Internet und die Telekommunikation zur Verfügung stellen.

II. LATEINAMERIKA UND SEINE HERAUSFORDERUNGEN

A) Wohin bewegt sich die Welt?

Hamadoun Touré, Generalsekretär der Internationalen Fernmeldeunion ITU, ist der Auffassung, dass für die Sicherstellung des Wachstums des mobilen Breitbandnetzes (wodurch das Internet an jedem Punkt der Erde zugänglich wird) die Ausbreitung des Basisnetzes (*Backbone*-Netz) vergrößert werden und den Anbietern ein größeres Frequenzspektrum zur Verfügung gestellt werden muss. (Mobile World Congress 2011, Barcelona, Februar 2011, <http://www.itu.int/en/osg/speeches/Pages/2011-02-15.aspx>)

Der Grund dafür liegt in der wachsenden Bedeutung der *Smartphones*. Der Internationalen Fernmeldeunion zufolge wird die Zahl der heute 500 Millionen Benutzer bis 2015 auf über zwei Milliarden ansteigen. Diese Apparate verarbeiten fünfmal mehr Daten als die herkömmlichen Geräte, weshalb enorme Investitionen in die Netze notwendig sind, um dem Datenstrom gewachsen zu sein. Vergleichbar dem Wachstum im Bereich des Breitbandinternetzes wird auch der Datenstrom im Jahre 2016 15 bis 20 Mal höher sein als heute, und für das Jahr 2020 wird ein Anstieg um das Fünffache erwartet. (Ethevaldo Siqueira, *A Era da Movilidade 3.0*, 14/03/2011, <http://www.ethevaldo.com.br/Generic.aspx?pid=4105>). Darauf muss man sich vorbereiten.

Dies macht einmal mehr die Notwendigkeit deutlich, landesweite Pläne für Breitband auf den Weg zu bringen, um die Länder auf die diese erheblichen zukünftigen Herausforderungen vorzubereiten und robuste, zuverlässige und hochleistungsfähige Netze zu schaffen. In diesem Zusammenhang arbeiten bereits Unternehmen aus Europa und den Vereinigten Staaten daran, um die so genannten „weißen Flecken“ nutzbar zu machen (Frequenzen, die die benutzten Frequenzbänder teilen) und an der berühmten „Digitale Dividende“ (700 MHz). Während die fehlenden Kapazitäten ausgeglichen werden, investieren die Anbieter in WiFi-Netze oder versuchen, deren Gebrauch anzuregen (zuvor sah man sie

als Konkurrenz an). Des Weiteren wird der Gebrauch von Femtozellen gefördert (kleine Heimnetzwerke, über die sich 3G-Geräte verbinden können und über den Zugang zu Breitband-Internet kommunizieren können). (Ana Paula Lobo, *Convergencia Digital, Aplicativos em alta, redes próximas de um colapso, adverta UIT*)²

Zu diesen Nutzern intelligenter Telefone müssen wir hinzurechnen, dass der ITU zufolge bis zum Jahr 2020 zu erwarten ist, dass es über 55 Milliarden Mobilfunkgeräte oder drahtlose Apparate geben wird, die an das Internet angeschlossen sind. Davon werden zwölf Milliarden *Smartphones*, *Tablet-Computer*, normale Handys, *E-Reader* und andere Geräte sein, die zur Kommunikation zwischen Personen sowie zwischen Personen und Maschinen genutzt werden. Das Interessante ist, dass die restlichen mehr als 43 Milliarden Geräte zur Kommunikation lediglich zwischen Maschinen (M2M) zur Bewältigung einer Vielzahl von Aufgaben benutzt werden. Die Maschinen werden untereinander viermal mehr kommunizieren als die bis dahin erwarteten acht Milliarden Menschen, die auf der Erde leben werden. Maschinen werden miteinander sprechen und kommunizieren und Situationen bewältigen oder eventuell vorprogrammierte Handlungen ausführen. Dies wird gewaltige Auswirkungen auf die Welt haben, in der wir leben, jedoch wird es in der mobilen Welt noch stärker der Fall sein. Ein Fahrzeug in Bewegung steht beispielsweise elektronisch mit anderen Systemen in Verbindung, nicht nur bei der Bezahlung von Straßengebühren, sondern auch während der Fahrt (indem es Unfälle vermeidet), beim Einparken, beim Bremsen, etc. Auf die gleiche Weise können wir mit unseren *Smartphones* eine Verbindung zu den Haushaltsgeräten aufnehmen und zum Beispiel die Heizung oder die Air Condition programmieren und so die gewünschte Temperatur einstellen, wir können unsere Lieblingsmusik oder den Fernseher auf unserem Lieblingssender einschalten, können die Waschmaschine betätigen oder den Kaffee zubereiten, etc. Ein anderes Beispiel der M2M-Kommunikation ist das berühmte GPS (*Global Positioning System*). Dadurch können sich 500 Millionen Geräte direkt mit einer Konstellation von 24 Satelliten auf einer tiefen Umlaufbahn in Verbindung setzen. Für das Jahr 2020 wird erwartet, dass sich vier Milliarden Geräte über drei verschiedene Netze verbinden werden. Es wird einen Zuwachs an M2M-Kommunikation geben und somit dem öffentlichen Transportsystem, der öffentlichen und privaten Sicherheit, der Ortung von Personen, dem Energie- und Wasserverbrauch etc. eine neue Perspektive geben. Vernetzung ist das Motto, das eine Verbindung aller Geräte untereinander ermöglicht. Auf diese Weise wird sich die Welt der Anwendungen verändern.

B) Was in Lateinamerika zu tun ist

Trotz der hohen Verbreitung von Mobilfunkgeräten in Lateinamerika (über 568 Millionen Benutzer), gibt es dennoch immer noch 178 Millionen Personen, die keine mobilen Dienstleistungen in Anspruch nehmen (30 Prozent der Bevölkerung der Region). (*Informa Telecom & Media*; by: Ian Mansfield | 17. März 2011: 11:10, www.cellular-news.com)

Zwar liegt die Verbreitung von Mobiltelefonen in den großen Städten bei 120 Prozent, in ländlichen Gebieten reicht dieser Prozentsatz jedoch nicht über 60 Prozent hinaus, was an der geringen Kaufkraft der Menschen und am Fehlen der Netze liegt. Es ist daher weiterhin notwendig, in die Netzabdeckung und Dienstleistungen zu investieren, um mehr Benutzer und diejenigen zu erreichen, die das Internet noch nicht nutzen.

Es gibt daher eine große Kluft, was Technologie, Digitalisierung und Telekommunikation betrifft. Einige besitzen alles, andere hingegen haben wenig oder nichts. Die großen Städte und ihre Einflussgebiete verfügen über alle Arten von Dienstleistungen mit verschiedenen Arten von Technologie zu äußerst günstigen Preisen. Dies erlaubt es ihnen, dieses Produktions- und Unterhaltungsinstrument sehr gut auszunutzen. Wenn wir und jedoch ins Landesinnere unserer Länder begeben, werden wir schlechtere Dienstleistungen vorfinden, weniger technologische Differenzierung und Preise und Tarife, die erheblich teurer sind als in den wichtigen urbanen Zentren. Diese Realität tritt ganz klar in Bezug auf Kosten und Zugang zum Internet zum Vorschein. Man findet sogar auch Gegenden vor, wo es wenig (ein öffentliches Telefon) oder gar keine Telefon- oder Datenübertragungsdienste gibt.

Heute sehen die Regierungen der Notwendigkeit entgegen, eine aktive Politik in Bezug auf die Erweiterung der Telekommunikationsdienstleistungen zu betreiben, die das ganze Land einbeziehen oder zumindest die bevölkerten Teile des Landes. Jeder Bürger muss Zugang zu Telefonie sowie zur Datenübertragung aus dem Fest- und Mobilfunknetz haben. Dies trägt erheblich zu seiner wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und politischen Entwicklung bei. Erreicht werden kann dieser Zustand entweder durch Teilhabe des privaten Sektors oder durch direkte Intervention des Staates. Konkrete Projekte der Erweiterung der Telekommunikationsdienstleistungen und Basisinfrastrukturprojekte, die dann *Backbone*-

Netzwerke etc. generieren, sollen in ländlichen Gebieten und dünn besiedelten Regionen auf diese Weise gefördert werden.

Hierfür werden verschiedene Mechanismen benutzt, die in die Politik des Universaldienstes eingebettet sind: entweder leistet der Staat einen konkreten Beitrag zur Finanzierung konkreter Projekte in konkreten Gebieten mit konkreten Zielen, was in einem Ausschreibungsprozess resultiert (im Falle von Peru), oder der Staat nimmt an der Finanzierung in geringerem Maße teil. Dann würde ein Anbieter eine solche Anfrage stellen, um dann eine bestimmte Dienstleistung in einem abgegrenzten Gebiet zu erbringen (im Falle Chiles). Der Staat kann auch direkt diese Dienstleistung erbringen mittels konkreter Investitionen seitens eines staatlichen Anbieters (im Falle von Argentinien oder Brasilien).

Eine dieser Initiativen ist der Nationale Breitbandplan (PNBL) von Brasilien (<http://www4.planalto.gov.br/brasilconectado/pnbl>) der die Wiedereinbetriebnahme des einstigen Monopolunternehmens für Telekommunikationsdienstleistungen Telebras anstrebt. Sein oberstes Ziel ist es, ein landesweite Kernnetz (*Backbone*) zu schaffen und die nicht genutzten Glasfaserkapazitäten von großen staatlichen Unternehmen so auszunutzen, dass in einer ersten Phase 100 Städte miteinander verbunden werden können. Noch ist nicht klar, ob Telebras direkt Dienstleistungen im Bereich der Telekommunikation anbieten wird oder sich als Provider aufstellt und somit private Anbieter dem Endkunden Telekommunikationsdienstleistungen anbieten werden.

In Argentinien wird an einer ähnlichen Initiative gearbeitet, die *Argentina Conectada* („Vernetztes Argentinien“) heißt. Dabei handelt es sich um ein Programm, das zwei Milliarden US-Dollar kostet und dessen zentrales Element die Schaffung eines alternativen Basisnetzes (*Backbone*-Netz) ist, was von dem staatlichen Satellitenbetreiber Arsat betrieben wird (www.minplan.gov.ar). Hierfür wird die vorhandene Infrastruktur ausgenutzt, zu der neue Infrastruktur so hinzugefügt wird, dass das Breitband den Orten zugänglich gemacht wird, die bislang keinen guten Zugang oder gar keinen Zugang dazu hatten. Ein weiterer Teil des Projektes besteht in der Einrichtung des nationalen digitalen TV-Netzwerkes.

Kolumbien hat seinerseits seinen „Vive Digital“-Plan angekündigt (<http://vivedigital.gov.co/>), der die öffentliche Ausschreibung eines neuen Spektrums für 3G erwägt und die Schaffung einer Basisnetz-Infrastruktur, die notwendig ist, um die entlegensten Orte des Landes zu erreichen.

Chile hingegen hat seinen TIC Plan für weitere fünf Jahre verlängert (mit einer Regierung anderer Couleur, was ein zu einem Beispiel für politische und verwaltungstechnische Kontinuität geworden ist) mit dem versucht wird, das Breitband doppelt so vielen Personen zu ermöglichen und von den aktuellen 10 auf 22 Prozent im Jahr 2014 zu kommen.

All diesen Plänen kommt zu Gute, dass sie von einer nicht aufzuhaltenden technologischen Entwicklung begleitet werden. Diese betrifft nicht nur die Apparate, wie weiter oben erläutert wurde, sondern auch die Welt der Netze. Der Fortschritt, der im Bereich der Mikroelektronik und Software erzielt wird, gestattet es, neue Geräte auf den Markt zu bringen, die die wirtschaftliche und soziale Reichweite der drahtlosen Kommunikation radikal verändern werden. Zu nennen sind in diesem Zusammenhang die kleinen Mobilfunkbasisstationen (MBS), die nicht größer sind als ein Schuhkarton und die großen Antennen ersetzen werden. Diese Technologien werden den Ausbau der Netze in den entferntesten und entlegensten Gebieten in allen Ländern der Region begünstigen. Ein Beispiel für diese Mobilfunkbasisstationen ist *LightRadio* von Alcatel-Lucent (die kleinste auf dem Markt mit einer Größe von etwas mehr als fünf Zentimetern und 300 Gramm Gewicht) oder der Apparat von Ericsson/Nokia Siemens. Dies wird die großen Türme überflüssig machen und deren Energieverbrauch verringern. Außerdem können dadurch problemlos alle Landesteile zu erheblich günstigeren Kosten erreicht werden.

Außer diesen konkreten Maßnahmen zur Erweiterung dieser Telekommunikationsdienstleistungen muss der Staat auch erzieherischen Aufgaben nachkommen, damit die Bevölkerung diese neuen Werkzeuge auch zu nutzen in der Lage ist und richtig davon profitieren kann. Man muss also zu einer effektiven und vernünftigen Nutzung des Telefons und des Computers kommen, so dass dieser auch bewahrt wird. Sobald die Telekommunikationsnetze eingerichtet sind und ein Anbieter gefunden wurde (staatlich oder privat) sowie ein öffentliches Telefonsystem für Privathaushalte, Mobilfunk und Zugang zum Internet angeboten werden kann, muss der Staat diese Struktur ausnutzen, um Schulen, Krankenhäuser, Pflegezentren, Polizeistationen und die verschiedenen öffentliche

Behörden an das Netz anzuschließen. Auf diese Weise wird nicht nur schrittweise die Bildung der Benutzer in Bezug auf die neuen Technologien verbessert, es wird auch die Bildung insgesamt durch einen direkteren Zugang zu den Inhalten und Lehrplänen ermöglicht. Das Gesundheitswesen wird durch Ferndiagnose und Fernbehandlung erweitert, die innere Sicherheit wird gefördert und das E-Government wird gefördert. Der letzte Punkt ist wichtig, um administrative Vorgänge in die Wege zu leiten, die genauso gut vom Wohnort aus über einen Computer und Internetzugang getätigt werden können (Mexiko).

Hier muss die Politik einer fundamentalen Aufgabe nachkommen: sie muss den Gebrauch aller Informatik- und Telekommunikationsinstrumente ermöglichen, damit die Bürger ihre Verwaltungsangelegenheiten online erledigen können und nicht durch stundenlanges Anstehen ihre Zeit verlieren oder lange Wege zurücklegen müssen, um beispielsweise ein neugeborenes Kind anzumelden. Genauso muss die Regierungsaktivität öffentlich zugänglich gemacht werden, und Exekutive und Legislative müssen den Bürgern angenähert werden, damit diese im Internet einen wichtigen Verbündeten sehen. Dies wird sogar von den Menschen auf immer nachdrücklichere Weise gefordert. Die Regierungen müssen also darauf reagieren.

III. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Das Internet verbessert die Politik, es kann sie transparenter und partizipativer machen, gleichzeitig nähert es den Staat an die Gesellschaft an. Die Politik ihrerseits hat die Instrumente und die Pflicht, das Internet der ganzen Gesellschaft zugänglich zu machen und so die Chancen zur wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung der Bevölkerung zu verbessern sowie bessere Bildungsmöglichkeiten, Gesundheitsdienstleistungen, Sicherheit und ein Justizwesen bereitzustellen. Das Telekommunikationswesen, gemeinsam mit der Informatik und dem Kommunikationswesen haben diese Entwicklung ermöglicht. Die Kapazität der Netze und die Geschwindigkeit der Datenübermittlung werden weiterhin optimiert werden. Andererseits verringern sich die Latenzzeiten und die Kosten, die mit denen die Einführung dieser Technologien in Verbindung gebracht wird, ständig. Hinzu kommt, dass neue Apparate mit größerer Funktionalität, besseren Bildschirmen und einer intuitiveren und leichteren Handhabung all denen die Tür zum Internet öffnen, die bis heute noch isoliert von der digitalen Ära sind. Die Informations- und Kommunikationstechno-

logien sind ständig vorangeschritten und haben neue Alternativen der Interaktion zwischen den Menschen und von diesen mit der Politik eröffnet, was wiederum die Politik herausfordert, Antworten auf der Höhe der Zeit zu geben.

Übersetzung vom Spanischen ins Deutsche: Katrin Wolffsohn

- 1| Siehe: http://www.comscore.com/esl/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2011/2010_Digital_Year_in_Review_Latin_America.
- 2| Siehe: <http://convergenciadigital.uol.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=25233&query=simple&search%5Fby%5Fauthname=all&search%5Fby%5Ffield=tax&search%5Fby%5Fkeywords=any&search%5Fby%5Fpriority=all&search%5Fby%5Fsection=&search%5Fby%5Fstate=all&search%5Ftext%5Foptions=all&sid=17&text=Aplicativos+em+alta+redes+pr%F3ximas+de+um+colapso> (17.02.2012).

ÜBERWACHUNGS- UND INTERVENTIONSSZENARIEN FÜR RISIKO- UND KRISENSITUATIONEN IN DEN NEUEN SOZIALEN MEDIEN

Octavio Islas

Marshall McLuhan ist und bleibt einer der meist zitierten Kommunikationsforscher, sein Werk jedoch ist wenig bekannt im Gedankeninventar der politischen Kommunikation. Im ersten Teil des Textes werde ich auf einige der wichtigsten Thesen und theoretisch-methodologischen Argumente der Medienökologie eingehen. Anschließend stelle ich die Bedeutung des Prosumismus im medialen Umfeld des Internet 2.0 dar. Im letzten Abschnitt versuche ich schließlich, die Schaffung von Überwachungs- und Interventionssystemen für Risikoszenarien und Krisensituationen im Zusammenhang mit den neuen sozialen Medien und dem Internet 2.0 im Allgemeinen zu erläutern, wobei ich meine Argumentation auf die Tetrade der Medieneffekte nach McLuhan stütze.

I. MEDIENÖKOLOGIE

Medienökologie oder *Media Ecology* überschreitet die Grenzen der Perspektive der „Möglichen Kommunikologie“ (*Possible Communicology*)¹ und kann als eine Art wissenschaftliche Denkschule angesehen werden. Sie legt einen besonderen Schwerpunkt auf die Untersuchung der kulturellen Auswir-

kungen von Technologien und Kommunikationsmedien auf Gesellschaften. Die Konzepte von Herbert Marshall McLuhan (1911-1980) dienen als wichtigstes theoretisches Fundament. Neil Postman, einer der bedeutendsten Wissenschaftler im Bereich der Medienökologie definierte sein Forschungsgebiet folgendermaßen:

„Die Ökologie der Medien analysiert, wie die Kommunikationsmedien die menschliche Meinung, den Verstand, die Gefühle und die Courage beeinflussen; Des Weiteren untersucht sie, wie unsere Interaktion mit den Medien unsere Überlebenschancen begünstigt oder behindert. Das Wort Ökologie bezieht sich auf die Erforschung des Umfeldes: seiner Struktur, seines Inhalts und seiner Auswirkungen auf die Menschen. Ein Umfeld ist ein komplexes System aus Nachrichten, das dem Menschen seine Art zu denken, zu fühlen und zu handeln auferlegt. Es strukturiert das, was wir sehen und sagen und somit tun können. Es weist uns Rollen zu und beeinflusst die Art, wie wir diese ausfüllen. Es legt fest, was wir tun können und was nicht. In manchen Situationen, wie es zum Beispiel in einem Gerichtssaal, in einem Klassenzimmer oder in einem Büro der Fall ist, existieren formale und explizite Spezifikationen. Im Fall eines medialen Umfeldes (Bücher, Radio, Kino, Fernsehen etc.) sind diese Spezifikationen implizit und informell, teilweise versteckt, was dem Umfeld geschuldet ist, dass wir es nicht mit einem Umfeld, sondern mit einer Maschine zu tun haben. Die Medienökologie versucht, die Spezifikationen explizit zu machen, indem sie herauszufinden versucht, welche Rolle uns die Medien auferlegen, wie die Medien unsere sichtbare Umwelt strukturieren, und dem Grund auf die Spur zu kommen, aus dem sie uns das fühlen und tun lassen, was der Fall ist. Die Medienökologie ist die Erforschung der Medien und deren Umfeld.“²

Die Medienökologie ist auch als „Torontoschule“, „New-Yorker-Schule“, „Mediologie“, „San-Luis-Schule“ und „Nordamerikanische Schule für Kommunikation“ bekannt. Sie interpretiert die Unabwendbarkeit, also die „Fatalität“ der technologischen Veränderungen als eine Art „ökologisches“ Prinzip. Medien und Technologien im Allgemeinen sind Verlängerungen des Menschen und beschleunigen seine Sinneswahrnehmungen: *„Jedes Medium beeinflusst umgehend das gesamte menschliche Sensorium“* (McLuhan 1996, S. 65).

In seinem Buch *Medien Verstehen: Die magischen Kanäle oder Die Erweiterung des Menschen*,³ betont McLuhan, dass es Mensch der Telegrafie zu verdanken habe, erstmals sein zentrales Nervensystem nach außen erweitert zu haben: *„Die Telegrafie revolutionierte grundlegend die Art, Nachrichten zu empfangen und zu präsentieren (...). 1844, im gleichen Jahr also, in dem die Menschen mit der ersten Telegrafienleitung in Amerika Schach und Lotterie spielten, veröffentlichte Sören Kierkegaard sein Buch Der Begriff Angst. Das Zeitalter der Angst war angebrochen. Denn mit der Telegrafie hatte der Mensch die Veräußerlichung oder Erweiterung seines Zentralnervensystems eingeleitet, die nun mit der Funkübertragung mittels Satelliten einer Ausweitung des Bewusstseins entgegengeht.“* (McLuhan 1996, S. 260).

Das Internet kann als eine Art fortgeschrittene Remediation⁴ der Telegrafie aufgefasst werden. Die sofortige Informationsübertragung – so McLuhan – ist genau genommen auf die Telegrafie zurückzuführen.

Die Geschwindigkeit, mit der die Übertragung der Information stattfindet, bildet eine der wichtigsten Variablen, die in den verschiedenen Entwicklungsstadien berücksichtigt werden muss. Jedem Stadium kommt ein bestimmter „Informationsrhythmus“ zu. Im ersten Stadium – der vorliterarischen Zeit oder der Stammeszeit – war die Geschwindigkeit der Übermittlung von Information äußerst gering. Somit vollzogen sich auch die Reaktionen darauf äußerst langsam. Im Elektronischen Zeitalter geschieht die Informationsübertragung sehr schnell. Aus diesem Grund bezeichnet McLuhan das Elektronische Zeitalter als das „Zeitalter der Angst“:

„Im Maschinenzeitalter, das nun zur Neige geht, konnte man noch viele Schritte ohne zu große Besorgnis unternehmen. Das langsame Tempo gewährleistete eine Verzögerung der Reaktionen über beträchtliche Zeiträume hinaus. Heute erfolgen Aktion und Reaktion fast gleichzeitig. Wir leben jetzt gewissermaßen mythisch und ganzheitlich, aber wir denken weiter in den alten Kategorien der Raum- und Zeiteinheiten des vorelektronischen Zeitalters. Die Technologie des Schreibens verlieh dem westlichen Menschen die Möglichkeit der Aktion ohne Reaktion [...] Im elektronischen Zeitalter, das unser Zentralnervensystem technisch so sehr ausgeweitet hat, dass es uns mit der ganzen Menschheit verflocht und die ganze Menschheit in uns vereint, müssen wir die Auswirkungen jeder unserer Handlungen tief miterleben“ (McLuhan 1996, S. 26).

In den ersten Zeilen seines Buches *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects* (*Das Medium ist die Massage: Eine Bestandsaufnahme der Auswirkungen*) beschrieben McLuhan und Fiore die Komplexität der kulturellen Ökologie des Elektronischen Zeitalters:

„Die Medien oder Prozesse unserer Zeit – dem elektronischen Zeitalter – reformieren und strukturieren die Muster der sozialen Interdependenz und jeden Aspekt unseres persönlichen Lebens neu. Sie zwingen uns, jeden Gedanken, jede Handlung und jede Institution neu zu überdenken. Alles verändert sich ständig – wir, unsere Familie, unsere Ausbildung, unsere Nachbarschaft, unsere Arbeit, unsere Regierung und unsere Beziehungen zu anderen Personen – und sie verändern sich dramatisch.“ (McLuhan und Fiore 1967, S.9).

McLuhan nahm den Übergang zu einem neuen Entwicklungsstadium vorweg, das dem Elektronischen Zeitalter folgte und das er als *Informationszeitalter* (*The Information Age*) bezeichnete:

„Nach einem 3000 Jahre währenden Zeitraum der Explosionen durch mechanische und fragmentarische Technologien tritt die westliche Welt nun in das Zeitalter der Implosion. In den Jahrhunderten der Mechanisierung hatten wir unseren Körper in den Raum hinaus ausgeweitet. Heute, nach mehr als einem Jahrhundert der Technik der Elektrizität, haben wir sogar das Zentralnervensystem zu einem weltumspannenden Netz ausgeweitet und damit, soweit es unseren Planeten betrifft, Raum und Zeit aufgehoben. Rasant nähern wir uns der finalen Phase der Extension des Menschen: der technologischen Simulation des Bewusstseins, auf Grund derer sich alle kreativen Bewusstseinsprozesse zusammen zur gesamten menschlichen Gesellschaft ausweiten werden, so wie wir bereits unsere Sinne und Nerven durch die Kommunikationsmedien ausgeweitet haben.“ (McLuhan 1996, S. 24-25).

Im Informationszeitalter beobachtet man einen signifikanten Anstieg der Geschwindigkeit der Informationsübertragung, was zu einem großen Teil dem Internet geschuldet ist. Der Informationsrhythmus, der das Informationszeitalter kennzeichnet, bedeutet die „instantane Information“⁵, also deren Gleichzeitigkeit. Jede Meldung kann in dem Moment, in dem sie produziert wird auch eingesehen werden. Selbstverständlich bedeutet der schnellere Informationsrhythmus für Individuen, Organisationen und natürlich für die Gesellschaften im Allgemeinen eine höhere Komplexität:

„Die höhere Geschwindigkeit von der mechanischen zur instantanen, elektronischen Form verkehrt die Explosion in eine Implosion – im heutigen Elektronischen Zeitalter wandelt sie die Energien in Implosion oder Kontraktion um. Die alten, expansionistischen und traditionellen Organisationsformen stoßen mit unserer Welt zusammen (...) Was unsere Sorge um die Bevölkerung tatsächlich ausmacht, ist nicht eine Zunahme der Quantität, sondern die Tatsache, dass alle miteinander in nächster Nähe leben müssen, was unserer elektronischen Lebensform geschuldet ist und sich genauso im Leben der anderen widerspiegelt. Gleichermaßen trifft dies für die Bildung zu, nicht die Zunahme an Personen, die nach Bildung streben, löst die Krise aus. Unsere neue Besorgnis um die Ausbildung erwächst aus der Veränderung in Bezug auf die Interrelation des Wissens, während früher die einzelnen Fachgebiete voneinander getrennt waren.“ (McLuhan 1996, S. 55)

II. DIE BEDEUTUNG DES PROSUMISMUS IM MEDIALEN UMFELD DES INTERNET 2.0

In der kurzen und produktiven Geschichte des Internets kam es immer wieder zu Remediationen. Diese Remediationen, denen das Internet unterworfen war, haben das Entstehen neuer kommunikativer Umfelder begünstigt, die neue Kommunikationspraktiken ermöglichten. Der „Blogsphäre“ kam als kommunikativem Umfeld eine besondere Bedeutung zu, da es einer Vielzahl von passiven Internetsurfern ermöglichte, zu aktiven Prosumenten zu werden. Der Prosument ist der kommunikative Akteur, der eine entscheidende Rolle in der Entwicklung des Internet 2.0 spielte.⁶

McLuhan hatte darauf hingewiesen: *„Die Wirkung des Mediums wird gerade deswegen so stark und eindringlich, weil es wieder ein Medium zum ‚Inhalt‘ hat“* (McLuhan 1996, S.39). Genau dies ist durch die sozialen Netzwerke geschehen. Die BBS-Mailbox-Foren (*Bulletin Board System*) waren der Vorläufer der Internetforen und der sozialen Netzwerke.⁷ Danah Boyd und Nicole Ellison zufolge können soziale Netzwerke auf folgende Weise definiert werden:

„Wir definieren ein soziales Netzwerk als einen Internetservice, der Individuen ermöglicht, (1) ein öffentliches oder halböffentliches Profil innerhalb eines begrenzten System zu erstellen, (2) eine Liste weiterer Benutzer aufzubauen, mit denen sie in Verbindung stehen, und (3) eigene

Verbindungslisten und die von anderen Benutzern des Systems einzusehen und zu erkunden. Die Art und die Nomenklatur dieser Verbindungen können von System zu System unterschiedlich sein. Obwohl wir den Begriff ‚Soziale Netzwerk Seite‘ oder Social Network Site benutzen, um dieses Phänomen zu beschreiben, taucht auch der Begriff Social Networking Sites im öffentlichen Diskurs auf, und die beiden Begriffe werden oft ohne Differenzierung gebraucht. Wir haben uns aus zwei Gründen dazu entschieden, den Begriff ‚Networking‘ nicht zu gebrauchen: die Betonung und die Tragweite. ‚Networking‘ betont den Beginn einer Beziehung, oftmals zwischen Unbekannten. Es ist zwar möglich, auf diesen Websites Netzwerke aufzubauen, jedoch stellt es weder die häufigste Praxis bei vielen dieser Websites dar, noch ist es das, was sie von anderen Formen computergestützter Kommunikation (CMC) unterscheidet.⁷⁸

Soziale Netzwerke müssen als mediales Umfeld verstanden werden.⁹ McLuhan zufolge kann ein neues mediales Umfeld von der Mehrheit der Menschen erst dann als solches wahrgenommen werden, wenn eine neue Technologie aufkommt, die es verändert.¹⁰ Das vorangegangene mediale Umfeld wird sichtbar, wohingegen das Neue für die Mehrheit der Menschen unsichtbar ist. Dies bedeutet, dass die Wahrnehmung der meisten Menschen im Allgemeinen einen Schritt hinter dem technologischen Wandel zurückbleibt.

III. VERSTÄNDNIS DER RISIKO- UND KRISENSZENARIEN IN DEN NEUEN SOZIALEN MEDIEN, AUSGEHEND VON DER MEDIENÖKOLOGIE

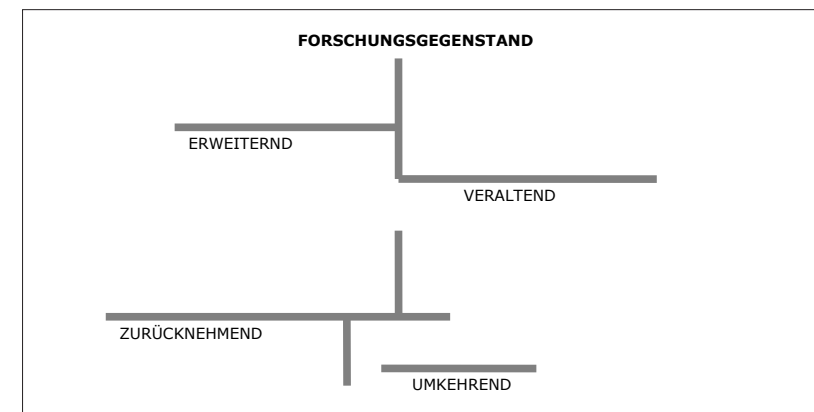
„Mit der Beschleunigung des Wandels übernimmt das Management völlig neue Aufgaben. Während es für Manager zunehmend zum Alltag gehört, sich im Bereich des Unbekannten zu bewegen, ist es von nun an notwendig, sich nicht nur dort zu bewegen, sondern auch Auswirkungen und deren Folgen im Voraus zu erkennen.“ (Marshall McLuhan)

In seinem Buch *Laws of Media. The New Science*, das Marshall McLuhan zusammen mit Eric, einem seiner sechs Kinder schrieb, findet man die wichtigsten Thesen von Marshall McLuhan für die Lösung möglicher Probleme und bezüglich des Umgangs mit kritischen Situationen. In besagtem Buch geht es um die Einführung der vier Mediengesetze, die Marshall und Eric McLuhan zufolge ausnahmslos auf jegliches mensch-

liche Schaffen angewendet werden können, egal ob es sich um Greifbares oder Ungreifbares, Abstraktes oder Konkretes handelt. Um die vier Mediengesetze zu bestimmen, gingen die McLuhans von den folgenden Fragen aus: Welche Behauptungen über die Informationsmedien können wir aufstellen, die von jedem auf die Probe gestellt, bewiesen oder widerlegt werden können? Welche Eigenschaften haben alle Kommunikationsmedien gemein? Formuliert man nun Fragen, die diese vier Mediengesetze beinhalten, so wären es die Folgenden: Was erweitern die Medien oder Technologien?, Welche Dinge werden durch sie obsolet? Was wird durch sie rückgängig gemacht? Was wird durch sie umgekehrt?

Die graphische Darstellung der genannten Fragestellungen wird auch als Tetrade der Medieneffekte nach McLuhan bezeichnet. Sie ist ein hervorragendes Modell für Analyse und Intervention in der Entwicklung von Krisensituationen. Die Tetrade sollte nicht als eine Art aufeinander aufbauender Prozesse verstanden werden, es handelt sich vielmehr um mehr oder weniger gleichzeitig ablaufende Prozesse.

Abbildung 1: Tetrade der Medieneffekte nach McLuhan



Quelle: Federman und De Kerckhove 2003, S.103.

Das erste Gesetz bezieht sich auf die Erweiterung und besagt, dass jede Technologie eine physische oder psychische Fähigkeit des Menschen erweitert. Wir müssen bedenken, dass der Begriff Erweiterung die Möglichkeit beinhaltet, etwas zu verlängern, ersetzen, vergrößern, verstärken, beschleunigen oder zu intensivieren.

Das zweite Gesetz bezieht sich auf das Veraltende, und es ist eine direkte Konsequenz aus der Erweiterung. Wenn nämlich ein Medium eine physische oder psychische Fähigkeit ausweitet, werden bestimmte Aspekte im Umfeld des Erweiterten obsolet. McLuhan zufolge wird durch die Technologien Vieles erweitert, jedoch findet gleichermaßen eine Amputation statt. Diese ist sogar unausweichlich. Während bestimmte Sinneswahrnehmungen oder Fähigkeiten geschärft werden, bilden sich andere unausweichlich zurück. Natürlich führen solche Ungleichgewichte zu Risikosituationen, Instabilität und zu Krisen.

Das Hauptelement des dritten Gesetzes ist die Zurücknahme. Das soziale Gefüge beginnt auf die Auswirkungen jeder Art von neuen Technologien zu reagieren und findet allmählich wieder zu einem Gleichgewicht zurück. Manchmal ist diese Zurücknahme das Ergebnis von Anpassungs- und Ausgleichsprozessen.

Das vierte Gesetz geht von einer Umkehrung aus. Stößt die Technologie an ihre Grenzen – was in der Terminologie McLuhans als Überhitzung des Mediums bezeichnet wird – dann treten normalerweise Tatsachen oder Situationen auf, die diesen Trend umkehren oder „abkühlen“. Die Umkehrung eines Mediums findet jedoch nur statt, wenn es zuvor an seine Grenzen gestoßen ist.

Es gibt tatsächlich nichts Praktischeres als eine gute Theorie. Anhand der Tetrade der Medieneffekte nach McLuhan werde ich versuchen, ein effizientes Überwachungs- und Reaktionssystem für Krisen- und Risikosituationen zu entwerfen.

IV. SCHAFFUNG EINES ÜBERWACHUNGS- UND INTERVENTIONSSYSTEMS FÜR RISIKOSZENARIOEN UND KRISENSITUATIONEN ANHAND DER TETRADE DER MEDIENEFFEKTE NACH MCLUHAN

In den letzten Jahren erfuhr die politische Kommunikation trotz des eisernen Widerstandes gegen Veränderungen einige tiefgreifende Veränderungen. Man kann sagen, dass das Internet 2.0 geradezu gewaltsam in die Ideenwelt der politischen Kommunikation vorgedrungen ist. Die Gründe liegen sicherlich auch in der wirksamen Kampagne, die Barack Obama im Jahre 2008 während des Präsidentschaftswahlkampfes in den USA entfaltet hat. Hierzu merkt Diego Beas treffend an, dass dieser als

eine Art historische Wasserscheide in Bezug auf die politische Kommunikation angesehen werden kann und er definierte den grundsätzlichen Übergang von „analogen“ zu „digitalen“ Wahlkämpfen:

„Der Präsidentschaftswahlkampf des Jahres 2008 in den USA bestätigte einen Trend, der den Politikbetrieb dramatisch veränderte: Das Fernsehen verliert als wichtigstes Informationsmedium an Bedeutung. Dies ist in sämtlichen Altersgruppen der Fall, jedoch bei den jungen Menschen geht die Bedeutung drastisch zurück. Ist das der Hauptfaktor für den Durchschlag? Das Internet bietet eine Vervielfachung der Informationskanäle, die den Wählern zugänglich sind, und andererseits können nun auch die Kandidaten von hier aus ihre Botschaft senden“ (Beas 2010, S. 17).

Wir können die Entwicklung von Wahlkämpfen für jegliches Amt, das vom Volk durch Wahlen legitimiert wird, in ein System des vor und nach dem Präsidentschaftswahlkampf von Barack Obama einteilen. Vor dem Wahlkampf von Obama,¹¹ zeigten wenige Kandidaten, die sich zur Wahl stellten, ein ehrliches Interesse am Verständnis der Kommunikationsmöglichkeiten, die sich durch die neuen sozialen Medien ergeben. Von wenigen Ausnahmen abgesehen, die es selbstverständlich auch gibt, beschränkten sich die Politiker lediglich darauf, eine Website zu unterhalten, ohne die neuen sozialen Medien in ihre Kommunikationsstrategie mit den Bürgern einzubeziehen.

„Bis 2002 konnte man die Versuche, das Internet in die Organisation eines Wahlkampfes einzubeziehen, an den Fingern einer Hand abzählen, und dies im wörtlichen Sinne. Die beiden bekanntesten Fälle waren die des ehemaligen Profiboxers und späteren Gouverneurs von Minnesota, Jesse Ventura, und der Versuch von John McCain in seinem ersten Präsidentschaftswahlkampf im Jahre 2000 (...) Ventura versuchte in seinem Wahlkampf, E-Mail als Kontaktmittel zu potentiellen Wählern zu nutzen“. (Beas 2010, S. 53).

Der Wahlkampf von Obama nahm die Entwicklung vorweg, die das Internet innerhalb kürzester Zeit zu einem grundlegenden Element in der Entwicklung von Wahlkampfveranstaltungen machte, bei denen sich Kandidaten zur Wahl stellten. Es veränderte die Rhetorik der Kandidaten, die Organisation der Wählerbasis und wirkte sich außerdem direkt auf die Finanzierung der Wahlkämpfe aus.¹² Heute versucht selbstverständlich

jeder Kandidat, der sich zur Wahl stellt, dem erfolgreichen Wahlkampf von Obama nachzueifern, weswegen sie es für unerlässlich halten, in den wichtigsten medialen Sphären des Internet 2.0 „präsent zu sein“. Für die Ausgestaltung der politischen Kommunikationsstrategien im neuen digitalen Umfeld beauftragen die Kandidaten, die sich zur Wahl stellen, meist junge Leute, die sich auf ihren Facebook- oder Twitter-Accounts als „Experten für neue soziale Medien“ bezeichnen. Aufgrund der offensichtlichen Kenntnislücken in der strategischen Kommunikation übernehmen die so genannten „Experten“ letztlich oftmals die Aufgaben eines *Social-Media-Managers*. Außerdem haben erst kürzlich auch einige Politiker und Kandidaten beschlossen, auf Twitter und in den wichtigsten sozialen Netzwerken präsent zu sein. Da sie oftmals nicht an einen direkten Dialog mit den Bürgern gewohnt sind und selten mit den Kommunikationscodes, die in der Twittersphäre gelten, vertraut sind, werden diese späten Cyberpolitiker häufig von erfahrenen Twitterern verachtet. Sehr wenige Politiker verstehen wirklich, wie wichtig ein guter Ruf im Internet 2.0 ist.

Experten für strategische Kommunikation empfehlen, jeden Kommunikationsplan mit einem zugehörigen Kommunikationsplan für Krisensituationen abzusichern, der in der heutigen Zeit auch den Cyberspace einbeziehen muss. Im Internet 2.0 können Risiko- und Krisensituationen durch eine Vielzahl von Faktoren verursacht werden, angefangen von der Onlinewerbung über *Webcasts, Lifestreams, Videosharing, Blogs, Podcasts, Social Bookmarks*, sozialen Netzwerken, Onlineforen, Forumsnachrichten, Dokumenten, Wikis, Twitter, *Photo-Sharing-Websites*, Suchmaschinen bis hin zu RSS-Systemen und können sich relativ leicht ausbreiten. Natürlich können kritische Situationen auch durch konventionelle Kommunikationsmedien entstehen und über das mediale Umfeld des Internet 2.0 hinausgehen. Meldungen, Notizen, Kommentare, Graphiken, Audiodateien oder negative Videos können in jedem kommunikativen Umfeld des Internet 2.0 innerhalb von Sekunden von tausenden Internetsurfern und Prosumenten vervielfältigt werden, und nicht immer wird die Information auf ihre Wahrhaftigkeit und auf die Glaubwürdigkeit der Quelle überprüft. Wenn die Meldung von einer berühmten Person generiert oder durch einen Prosumenten, der als Experte gilt, verbreitet wird, können sich die Auswirkungen noch leichter und schneller auf die konventionellen Medien ausdehnen.

Außerdem müssen wir bedenken, dass die so genannte „Schwarze Propaganda“ auf den Cyberspace übergegriffen hat. In Lateinamerika ist es in den Wahlkämpfen einiger Kandidaten vorgekommen, dass üble Nachrede und Beleidigung zu einem Mittel wurden, um den Gegner zu disqualifizieren. Um auf mögliche Krisensituationen vorbereitet zu sein, ist es unabdingbar, ein wirksames Überwachungs- und Reaktionssystem zu etablieren, das im Folgenden erläutert wird.

A) Vorbereitung zur Schaffung des Überwachungs- und Interventionssystems für Risikoszenarien und Krisensituationen anhand der Tetrade der Medieneffekte nach McLuhan

Das Umfeld ist äußerst komplex, und wir werden uns auf die Tetrade der Medieneffekte nach McLuhan stützen, um anhand einer sehr strukturierten Analyse zu überlegen, inwieweit unser System die Aufgaben des *Offline*-Überwachungs- und Interventionssystems für Risikoszenarien und Krisensituationen erweitert, ersetzt, vergrößert, verstärkt, beschleunigt oder intensiviert; welche Dinge dadurch obsolet werden; was es ausgleichen oder zurücknehmen kann, und welche Dinge dadurch umgekehrt werden. Durch die daraus resultierende Information können wir die wichtigsten Eigenschaften unseres Systems definieren, sowie die notwendigen Eigenschaften der Mitglieder des Teams identifizieren. Sie können auch die notwendige Ausbildung erhalten, um ihre Rolle sowie ihre Verantwortlichkeiten genau zu definieren. Das Kernteam könnte aus folgenden Personen bestehen:

Kommunikationsdirektor in Krisensituationen

- Er entscheidet über die Kommunikationsstrategie im Krisenfall und über das digitale Marketing.
- Er koordiniert den Reaktionsprozess.
- Er ist verantwortlich für das Online-Imagemanagement.

Koordination des Monitorings und der Onlineüberwachung

- Er ist für das Online-Monitoring und die Analyse der strategischen Information verantwortlich.
- Er ist für die Entwicklung von Schlüsselbotschaften verantwortlich.

- Er produziert und koordiniert das Versenden von Schlüsselbotschaften an Kunden, Kommunikationsmedien, mögliche Online-Meinungsmacher und Journalisten, die auf Informationsquellen im Internet 2.0 spezialisiert sind.
- Ausbildung von geeigneten Sprechern im Internet 2.0

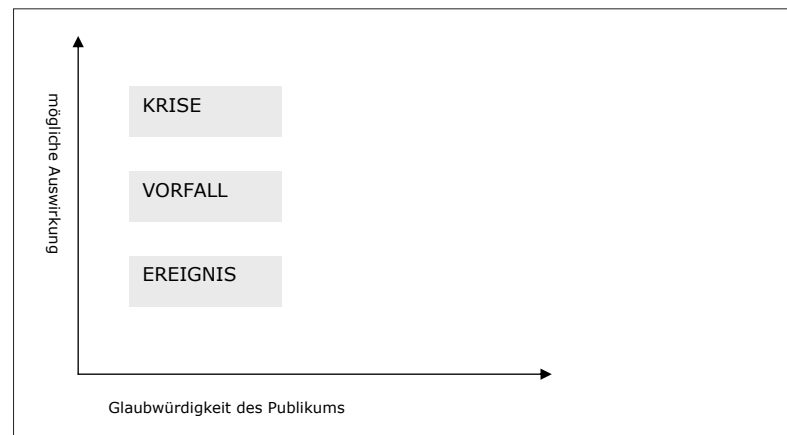
Rechtsvertreter

- Er analysiert potentielle rechtliche Implikationen von Ereignissen, die als Bedrohung, Risiko oder Krise eingestuft werden können.
- Er beaufsichtigt, dass sich die Handlungen und Botschaften im Einklang mit den gültigen rechtlichen Rahmenbedingungen befinden.
- Experten in strategischer Kommunikation
- Berater (intern oder extern), die beobachten, wie sich das Umfeld verhält und mögliche Bedrohungen im Voraus erkennen.

B) Einschätzung der Schwere eines Problems oder einer möglichen Krisensituation in allen medialen Umfeldern des Internet 2.0

Um die Schwere eines Ereignisses zu beurteilen, ist es angeraten, eine Risikomatrix zu erstellen und die Beziehung von möglichen kritischen Szenarien einzubeziehen, sowie Handlungsmaßstäbe für die Bewältigung dieser Situationen zu erarbeiten und mit Beispielen zu unterlegen.

Abbildung 2: Risikomatrix



Es ist zu empfehlen, jedes Ereignis, jeden Vorfall und jede Krise zu vermerken und zu klassifizieren. Dann muss überlegt werden, wer die verantwortlichen Akteure in der jeweiligen Situation sind, die auf den Vorfall reagieren.

Auf der ersten Ebene könnte es sich beispielsweise um spezielle Problemstellungen handeln, um Nachforschungen und Kritikpunkte, die als kleinere Probleme eingestuft werden können. Der Koordinator für Monitoring und Onlineüberwachung entscheidet über die Maßnahmen, die getroffen werden.

Auf der zweiten Ebene könnten die folgenden Situationen zum Tragen kommen: Kritiker oder Gegner, die sich über soziale Netzwerke organisieren, um Protestveranstaltungen oder Mobilisierungen gegen den eigenen Kandidaten anzukündigen und beispielsweise die Aufmerksamkeit der wichtigsten konventionellen Medien auf sich ziehen könnten oder die Aufmerksamkeit von Gemeinschaften, die im Internet 2.0 eine wichtige Rolle spielen; Kritik oder Fragen von einflussreichen Bloggern. In diesen Fällen und abhängig davon, wie schwerwiegend eine Situation ist, muss der Beauftragte für Monitoring und Onlineüberwachung oder der Kommunikationsdirektor in Krisenfällen entscheiden, was mögliche Aktionen und Reaktionen sein könnten.

Dies könnten schließlich einige Beispiele für Situationen sein, die in die Ebene 3 einstufen werden: üble Nachrede, Beleidigungen, Ausdrucksformen von „Schwarzer Propaganda“, die in weniger als 72 Stunden tausende Male auf YouTube angeklickt werden; Auswirkungen negativer Nachrichten, die von einflussreichen NGOs verbreitet werden; Gerüchte, die in den Medien ausgiebig Verbreitung finden und dem Ruf des Kandidaten und dem Image der Partei schaden können; Meldungen und Vorwürfe, die die Finanzierung des Wahlkampfverlaufes negativ beeinflussen können. Solche Situationen müssen sorgfältig vom Kommunikationsdirektor in Krisensituationen geprüft werden.

C) Effektives Lernen des Systems gewährleisten

Die wirksame Überwachung des Umfeldes (Harold Lasswell) setzt voraus, dass mögliche Risikosituationen als solche erkannt werden, und dass erste Alarmsignale ausgesendet werden. Das System muss „lernen“, mögliche Risikosituationen schon im Voraus als solche zu erkennen.

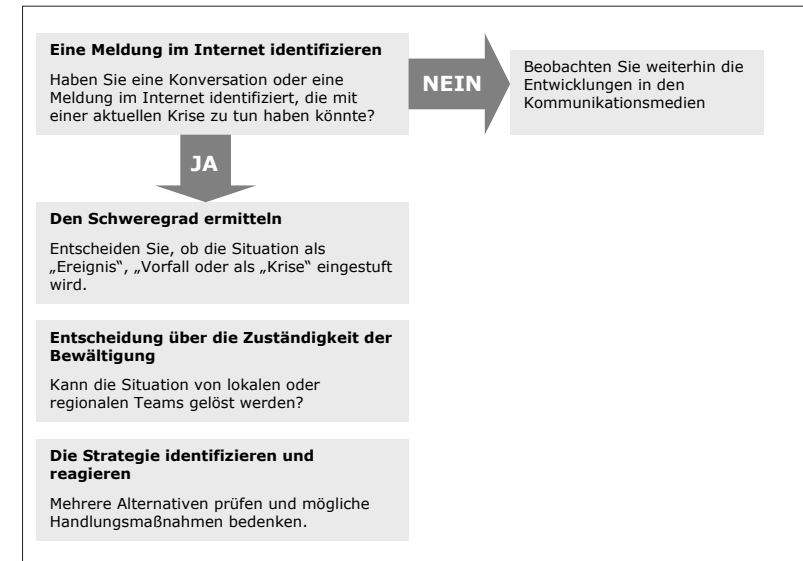
Hierfür ist es zwingend erforderlich, dass eine relevante Information immer vermerkt und im nächsten Schritt bearbeitet und analysiert wird.

Die Überwachung des Umfeldes muss jeden Tag gründlich geschehen, dies allein jedoch genügt nicht. Des Weiteren ist eine umfassende Analyse der eingegangenen Information notwendig, um Akteure, Szenarien und mögliche Trends zu identifizieren. Sehr schwerwiegende Situationen ergeben sich dann, wenn keine Vorbereitung erfolgte. Die wichtigsten Wörter, Konzepte oder Beschreibungen, die unter permanenter Überwachung stehen werden, müssen zunächst definiert werden. Selbstverständlich ist es empfehlenswert, automatische Alertsysteme einzuschalten, die auf kostenlosen Services beruhen (Google News Alerts, zum Beispiel), sowie Instrumente wie beispielsweise Biz360, die den gleichen Zweck erfüllen. Sollte sich das System als überflüssig herausstellen, so stellt dies kein Problem dar, denn in Systemadministrationen, die für die Identifizierung möglicher Risiken bestimmt sind, wird Redundanz als eine Tugend angesehen. Die angemessene Identifizierung möglicher Risiken erweitert den Handlungsspielraum der verantwortlichen Abteilungen für die Bewältigung möglicher Krisensituationen. Es ist außerdem äußerst wichtig, regelmäßig Blogs, Twitter und einige soziale Netzwerke bestimmter Akteure oder Institutionen zu kontrollieren, die das Umfeld beeinflussen könnten und – sofern dies möglich ist – Beobachtung durch RSS einzurichten. Es muss ein intelligentes und lernbereites System zur Überwachung des Umfeldes geschaffen werden, das zudem in der Lage ist, mögliche Szenarien und Risikosituationen im Vorfeld zu erkennen (siehe Abbildung 3, Seite 93).

Es ist überdies erforderlich, die Wörter, Begriffe und Konzepte zu berücksichtigen, die in einer „Schwarzen-Propaganda-Kampagne“ im Internet gegen den Kandidaten und seine „Ziele“ verwendet werden könnten. Hierzu können im Voraus die Rechte an bestimmten Internetdomains erworben werden und die Profile auf Twitter, Flickr, YouTube, Blogger, myspace.com, Facebook, TinyURL, etc. angemessen verwaltet werden. Die Schritte sind folgende:

- 1.) Den Verlauf möglicher Handlungen entscheiden.
- 2.) Direkt auf falsche Information eingehen.
- 3.) Ein institutionelles Online-Informationszentrum einrichten oder aktualisieren.
- 4.) Den Datenverkehr zum Informationszentrum kanalisieren.
- 5.) Die Tetrade der Medieneffekte nach McLuhan anwenden.

Abbildung 3: Wichtige Handlungsanweisungen für die Definition einer ersten Reaktion des Systems



V. ALLGEMEINE EMPFEHLUNGEN | SCHLUSSFOLGERUNG

Experten für Krisenbewältigung in konventionellen Medien halten es für angebracht, die beobachteten Auswirkungen 24 Stunden lang nach dem erstmaligen Auftreten der kritischen Situation zu vermerken, bevor in die Situation eingegriffen wird. Das Vorgehen der verantwortlichen Abteilung in Krisensituationen sollte von Umsicht bestimmt werden.

Im Gegensatz dazu ist im kommunikativen Umfeld des Internet 2.0 die Geschwindigkeit das bestimmende Element, und ein zu langes Warten würde sich als kontraproduktiv erweisen. Wir müssen bedenken, dass jeder Internetnutzer zur Viralität negativer Nachrichten beitragen kann. Die Reaktionsfähigkeit ist entscheidend, und es ist unerlässlich, den Verlauf einer Intervention während der ersten 24 Minuten nach dem Eintritt des Ereignisses zu definieren.

Neue Richtlinien für die Bewältigung von Risiko- und Krisensituationen im medialen Umfeld des Internet 2.0 sind: Mögliche Bedrohungen im Voraus erkennen, wenn es erforderlich ist, einfache und transparente Erklärungen herausgeben, direkt den Urhebern antworten, die eine

Informationen im medialen Umfeld des Internet 2.0 verbreitet haben, Informationsmaterial herausgeben, das aller Wahrscheinlichkeit nach von sympathisierenden Prosumenten sowie von allen möglichen Surfern viralisiert wird.

Übersetzung vom Spanischen ins Deutsche: Katrin Wolffsohn

BIBLIOGRAPHIE

- *Beas, D.: La reinención de la política. Internet y la nueva esfera pública. Mexiko: Verlag Planeta, 2010.*
- *Benassini, C.: Orígenes y desarrollos recientes de Sociedad de la Información. Una introducción al pensamiento de Norbert Wiener, Marshall McLuhan y Daniel Bell. In: Rebeil, M. (Hrsg.). Jahrbuch Nr. XIV des CONEICC, Mexiko, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, S. 119-146.*
- *Benkler, Y.: The Wealth of Networks. How social production transforms markets and freedom. U.S.A: Yale Press, 2006.*
- *Bolter, J., y Grusin, R.: Remediation. Understanding New Media. USA: The MIT Press, 1999.*
- *Boschma, J.: Generación Einstein. Más listos, más rápidos y más sociales. Barcelona: Gestión 2000, (2007).*
- *Cazeneuve, J.: La sociedad de la ubicuidad. Spanien: Gustavo Gilli, (1981).*
- *Cornella, A.: Futuro presente. 101 Ideas-Fuerza para entender las próximas décadas. Barcelona: Deusto, 2006.*
- *Dertouzos, M.: The unfinished revolution. Human-centered computers and what they can do for us. New York: Harper Collins, 2001.*
- *Federman, M., y De Kerckhove, D.: McLuhan for managers. New Tools for new thinking. Kanada: Viking, 2003.*
- *Foucault, M.: El orden del discurso. Buenos Aires: Tusquets Editores, 1992.*
- *Friedman, T.: La Tierra es plana. Breve historia del mundo globalizado del Siglo XXI. Spanien: Martínez Roca, 2006.*
- *Galindo, J., et al: Cien libros hacia una comunicología posible. Mexiko: Universidad Veracruzana, 2005.*
- *Gates, B.: Business @ the speed of thought. Using a digital nervous system. USA: Warrner Books, 2000.*
- *Godin, S. Tribes. We need you to lead us. U.S.A: Portfolio, 2008.*
- *Gutiérrez-Rubí, A.: Micropolítica. Ideas para cambiar la comunicación política. Spanien: (S/E), 2009.*
- *Ivoskus, D.: Vivir conectados. Sociedad política y comunicación en la era digital. Buenos Aires: Norma, 2008.*
- *Ivoskus, D.: Obsesión digital. Usos y abusos en la red. Buenos Aires: Norma, 2010.*
- *Jenkins, H.: Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Spanien: Paidós, 2008.*
- *Le Bon, G.: Psicología de las masas. Madrid: Morata, 2000.*
- *Lessig, L.: CODE Version 2.0. New York: Basic Books, 2006.*
- *Levinson, P.: The soft age. A natural history and future of the information revolution. London: Routledge, 1997.*
- *Levinson, P.: Digital McLuhan. A guide to the information millennium. New York: Routledge, 1999.*

- Logan, R.: *The alphabet effect. A Media Ecology understanding of the making of Western Civilization.* USA: Hampton Press, 2004.
- McLuhan, M.: *La Galaxia de Gutenberg.* Mexiko: Verlag Planeta, 1985.
- McLuhan, M. *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano.* Spanien: Paidós, 1996.
- McLuhan M., y Fiore, Q.: *The Medium is the Massage. An Inventory of Effects.* New York: Bantam Books, 1967.
- McLuhan M., y McLuhan, E.: *Laws of Media: The New Science.* Toronto: Toronto Press, 1988.
- Mitnick, K., y Simon, L.: *The art of deception. Controlling the human element of security.* USA: Wiley, 2002.
- Moro, T.: *Utopía.* Spanien: Editorial Planeta, 2003.
- Pavlik, J.: *New Media Technology, Cultural and commercial perspectives.* Massachusetst: Allyn & Bacon, 1998.
- Paz, M.: *Redes sociales. La gran oportunidad.* Mexiko: INFOTEC-CONACYT, 2009.
- Rousseau, J.: *El contrato social.* Mexiko: Porrúa, 1987.
- Rushkoff, D.: *ScreenAgers. Lessons in Chaos from Digital Kids.* New Jersey: Hampton Press, 2006.
- Piscitelli, A.: *Internet, la imprenta del siglo XXI.* Barcelona: Gedisa, 2005.
- Rheingold, H.: *Smart MOBS. The next social revolution.* USA: Perseus Books, 2002.
- Strate, L., Jaconson, R & Gibson, S. (Eds.): *Communication and Cyberspace. Social Interaction in an electronic environment.* USA: Hampton Press, 2003.

- Surowiecki, J.: *The wisdom of crowds.* New York: Anchor Books, 2005.
- Stephenson, N.: *Snow Crash.* Barcelona: Gigamesh, 2000.
- Tapscott, D.: *Growing up digital. The rise of the Net Generation.* USA: McGraw-Hill, 1998.
- Tapscott, D., y Williams, A.: *Wikinomics. How mass collaboration changes everything.* USA: Portfolio, 2007.
- Toffler, A.: *La tercera ola.* Mexiko: Edivisión, 1981.
- Toffler, A., y Toffler H.: *La revolución de la riqueza.* Spanien: Debate, 2006.

- 1| Jesús Galindo Cáceres, herausragender mexikanischer Forscher, der sich in den letzten Jahren dem Studium der *Comunicología Posible* (possible communicationology) gewidmet hat. Er ist der Ansicht, die sieben Quellen des kommunikativen Denkens seine Folgende: die Kybernetik, die funktionale Soziologie, die kritische Soziologie, die phänomenologische Soziologie, die politische Ökonomie, die Semiolinguistik und die Sozialpsychologie. Die Kommunikologie, so Galindo, „ist der Name für die Kommunikationswissenschaft. Sie ist noch längst nicht als Ganzes etabliert, damit dies jedoch geschieht, muss zuerst noch eine Reihe von formalen Kriterien erfüllt werden. Eines dieser Kriterien besteht darin, sich im akademischen Umfeld des Gebietes der Sozialwissenschaften zu etablieren, das sich speziell der Untersuchung der Entwicklung des Denkens und der Kommunikationspraxis widmet.“ (Galindo 2005, S.9).
- 2| Siehe: Neil Postman: *What is Media Ecology?* Verfügbar unter: http://www.media-ecology.org/media_ecology/ (22. April 2011)
- 3| 1969 veröffentlichte der Diana Verlag die erste spanische Ausgabe von *Medien Verstehen – Die magischen Kanäle oder Die Erweiterung des Menschen (Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del hombre)*. Es ist das wichtigste Werk von McLuhan, obwohl es nicht zu seinem Bestseller wurde. Das besagte Buch wurde in über 20 Sprachen übersetzt. 2003 veröffentlichte Ginko Press eine „kritische Version“ dieses Buches.
- 4| Der Begriff *Remediation* erlaubt mindestens zwei mögliche Interpretationen in der Medienökologie. In seinem Buch *The Soft Age* verwendete Paul Levinson (1997) den Begriff „*Remedial Media*“, um zu beschreiben, wie unsere Gesellschaften ein Medium benutzen, um ein anderes zu reformieren oder zu verbessern. Levinson zufolge versuchen wir zu erreichen, dass die Medien den Menschen gleichen, wobei wir dies nicht immer selbst zu erkennen in der Lage sind. In einem anderen hervorragenden Buch, *Cellphone. The story of the world's most mobile medium and how it has transformed everything*, stellt Levinson die These auf, dass die Kommunikationsmedien untereinander um die Aufmerksamkeit der Menschen konkurrieren. (Levinson 2004, S. 12).

Würde man Darwin hinzuziehen, hieße dies – so meint Levinson – dass die Auswahl des medialen Umfeldes den Personen überlassen bleibt, die mit ihren Präferenzen zur Entwicklung eines bestimmten Mediums beitragen. Der Mensch trifft ständig Entscheidungen darüber, ob er ins Kino gehen oder lieber zu Hause bleiben und fernsehen, ein Buch lesen, ein Video sehen, mit dem Handy telefonieren, oder ein E-Mail schicken soll. Medien entwickeln sich nicht aufgrund einer natürlichen Selektion, sondern aufgrund einer menschlichen Entscheidung. Das Medium, das sich meisten entwickelt, ist dasjenige, das sich am besten an die vielfältigen Bedürfnisse des Menschen anpasst. Der Prozess der Remediation der Kommunikationsmedien fasst diese Anpassung zusammen und ermöglicht es den Kommunikationsmedien, die Handlungsweisen zu „imitieren“, die der Mensch durch seine Fähigkeiten und seine Organe auszuführen in der Lage ist. Jay Bolter und Richard Grusin hingegen benutzen den Terminus Remediation, um die formalen Beziehungen der kulturellen Interdependenz zu beschreiben, die zwischen zwei oder mehreren Medien besteht. Sie führen an, dass Marshall McLuhan in den ersten Zeilen von *Medien Verstehen – Die magischen Kanäle oder Die Erweiterung des Menschen* behauptet habe, dass der Inhalt eines Medium wieder ein anderes Medium sei. Für Jay D. Bolter und Richard Grusin ist das Internet ein neues mediales Medium, da es sich an die vorangegangenen Medien anpasse. Der Inhalt des Internets seien die Medien, die ihm vorangingen.

- 5| Bill Gates, der Gründer von Microsoft, war sich über dieses Phänomen im Klaren und griff zwei wichtige Thesen von McLuhan in seinem Buch *Digitales Business. Wettbewerb im Informationszeitalter auf (Business @ the speed of thought. Using a Digital Nervous System)* (1999): Die Auswirkung der Geschwindigkeit, mit der Information in Umlauf gebracht wird und die Entwicklung von Nervensystemen, die sich außerhalb des Menschen weiterentwickelt haben.
- 6| Der Begriff des Prosumenten ist im Bereich der Medienökologie besonders wichtig. Der herausragende Zukunftswissenschaftler Alvin Toffler führte den Begriff formal im Jahre 1980 in seinem Buch *Die dritte Welle ein*. Die Überschrift des zwanzigsten Kapitels besagten Buches lautet: „Die Wiederauferstehung des Prosumenten“. Alvin Toffler zufolge werden die Handlungen der Prosumenten den Kurs der „Unsichtbaren Wirtschaft“ bestimmen: „Während der ersten Welle verbrauchten die meisten Menschen das, was sie selbst produzierten. Es waren weder Produzenten noch Konsumenten im klassischen Sinne. Stattdessen waren sie das, was man als Prosumenten bezeichnen könnte. Es war die Industrielle Revolution, die in der Gesellschaft für Unruhe sorgte und diese beiden Funktionen trennte und schließlich das hervorbrachte, was wir heute Produzenten und Konsumenten nennen (...) Wenn wir aufmerksam diese Fragestellung untersuchen, entdecken wir den Beginn einer fundamentalen Veränderung in der bestehenden gegenseitigen Beziehung zwischen diesen beiden Bereichen oder Produktionsformen. Wir beobachten eine schleichende Verwischung der Grenzlinien, die den Produzenten vom Konsumenten trennt. Wir sehen eine wachsende Bedeutung des Prosumenten. Und abgesehen davon sind wir Zeugen eines eindrucksvollen Wandels, der sogar die Funktion des Marktes in unserem Leben und im weltweiten System verändert“. (Toffler, 1981: 262-263). In ihrem Buch *Revolutionary Wealth* erklärten Alvin und Heidi Toffler ihre Auffassung des Begriffes des Prosumenten: „in ‚Die dritte Welle‘ (1980) erfanden wir den Begriff PROSUMENT, um diejenigen zu beschreiben, die Güter, Dienstleistungen oder Erfahrungen für den eigenen Verbrauch oder Nutzen herstellen, bevor sie verkauft oder eingetauscht werden. Wenn wir als Individuen oder als Kollektiv produzieren und konsumieren, wird unser eigener Output prosumiert. Wenn wir einen Kuchen zubereiten und ihn dann verzehren, sind wir Prosumenten. Prosum ist jedoch nicht nur eine

individuelle Handlung. Ein Teil der Zubereitung könnte auch darin bestehen, den Kuchen mit der Familie, mit Freunden oder mit unserer Gemeinschaft zu teilen, ohne Geld oder einen anderen Gegenwert dafür zu erwarten. In der heutigen Zeit ist der Begriff der Gemeinschaft zu einem weltumspannenden geworden, da sich die Welt aufgrund des Fortschrittes im Transportwesen, der Kommunikation, und der Informationstechnologie (IT) verkleinert hat, was eine weitere Auswirkung unserer veränderten Beziehung zum tiefen Fundament des Raumes ist. Aus diesem Grund kann Prosumismus auch unbezahlte Arbeit beinhalten, um Wert zu schaffen und ihn mit Fremden auf der anderen Seite der Welt zu teilen. In irgendeinem Moment sind wir alle Prosumenten, und alle Wirtschaftssysteme weisen bestimmte Elemente des Prosumismus auf, da viele unserer intimsten Wünsche und Bedürfnisse nicht durch den Markt erfüllt werden oder werden können; oder sie sind zu teuer; vielleicht erfüllt es uns jedoch auch, Prosumenten zu sein oder wir müssen es unbedingt sein. Wenn wir einmal aufhören, uns nur auf die Geldwirtschaft zu konzentrieren und all dem Wirtschaftstreiben einmal einen Dämpfer aufsetzen, werden wir erstaunliche Dinge entdecken. Zum einen, dass die Wirtschaft des Prosumenten riesig ist; zweitens, dass sie einige der wichtigsten Dinge, die wir tun, einschließt und, dass drittens, obwohl die meisten Wirtschaftswissenschaftler dies nicht zur Kenntnis nehmen, dieses Wirtschaftssystem, das fünfzig Billionen Dollar hervorbringt und das fortwährend untersucht wird, nicht einmal zehn Minuten ohne den Prosumismus auskommen könnte. (Toffler und Toffler 2006, S. 221-222).

- 7| Das erste BBS war das „Computerized Bulletin Board System“, oder CBBS und wurde 1978 von Ward Christensen gegründet und ging am 16. Februar 1979 in Chicago, Illinois, USA, online.
- 8| Siehe: Boyd, D. und Ellison, N.: „Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship“. Verfügbar unter <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (23.04.2011).
- 9| Claudia Benassini, die herausragende mexikanische Wissenschaftlerin, identifiziert zwei wichtige Eigenschaften eines medialen Umfeldes: „Zum einen handelt es sich nicht nur um Hüllen, sondern um Prozesse, die den Inhalt verändern und das vorherige Umfeld in den Vordergrund treten lassen. Daraus folgt, dass neue Medien gleichzeitig neue Umfelder sind; dies ist so, weil die Medien selbst die Botschaften sind. McLuhan zeigt anhand eines Beispiels, dass Zeitungen ein Informationsumfeld schaffen, jedoch wären wir selbst ohne das Verbrechen als Inhalt nicht in der Lage, dieses Umfeld zu erkennen. Anders ausgedrückt heißt dies, dass die Zeitungen gewzungenmaßen über schlechte Nachrichten berichten müssen, denn wäre dies nicht so, gäbe es lediglich Anzeigen und gute Nachrichten. Sie meint, ohne die schlechten Nachrichten, könnten wir die grundlegenden Regeln des Umfeldes nicht erkennen. Zum zweiten legt sie dar, dass die wirklich vollständigen und übersättigten Umfelder unsichtbar seien. Diejenigen, die wir wahrnehmen, sind fragmentarisch und unbedeutend im Vergleich zu denen, die wir nicht sehen. Dennoch sind die Umfelder, die von den neuen Technologien geschaffen wurden, unsichtbar, während sie die neuen Umfelder zutage treten lassen. McLuhan illustriert diese Eigenschaft anhand von alten Filmen, die im Fernsehen gezeigt werden: Die Filme waren einmal Teil des Umfeldes und sichtbar, und auf diese Weise sind sie zu einer höchst angesehenen Form der Kunst geworden“. (Benassini 2007, S.130). McLuhan zufolge ist das Medium ist die Botschaft, denn: „die individuellen und sozialen Auswirkungen und diejenigen aller Medien, das heißt, alle unsere Erweiterungen, sind Ergebnis des neuen Standards, den jede Erweiterung oder jede neue Technologie für uns mit sich bringt“. (McLuhan 1996, S. 29). Gehen wir noch einmal zurück zu Claudia Benassini, die uns eine ausführliche Erklärung dessen liefert, was einige Verän-

derungen der medialen Umfelder des Radios und des Fernsehens bewirkt haben. Sie hebt hervor, dass einige dieser Technologien wichtige Remediationen in den besagten Medien erwirkt hätten: „Nehmen wir das Beispiel des Fernsehens und bedenken wir, dass McLuhan dieses Medium benutzte, um die Umfelder mit Beispielen zu belegen – indem er das Zeigen von alten Filmen im Fernsehen herausstellte (...) Die erste Generation der Fernsehgeräte funktionierte durch Röhren, was Auswirkungen für Benutzer und für das Programm nach sich zog: einerseits musste man warten, bis sich der Apparat warmlief – was den Großeltern zufolge mindestens fünf Minuten in Anspruch nahm – bis sich Bild und Ton eingestellt hatten; andererseits jedoch konnte eine Überhitzung zu Unfällen im Haushalt führen, die das ganze Spektrum von Auswirkungen beinhalten konnten – von der Beschädigung des Fernsehgerätes bis zu dessen Explosion. Folglich wurden bei der Programmearbeitung die Zeiten berücksichtigt, in denen der Fernsehzuschauer vor dem Apparat sein konnte. In diesem Zusammenhang sollten wir erwähnen, dass die amerikanischen Elektronikunternehmen seit 1947 mit dem Einsatz von Transistoren experimentierten, sowohl für das Funktionieren von Mikroprozessoren als auch für Radioapparate. Ende 1954 wurden in den USA erstmals „Transistorradios“ verkauft, als die man sie gemeinhin kannte. Von diesem Moment an vervielfältigte sich die Anzahl von Geräten für den Gebrauch zu Hause, denn die neue Technologie ermöglichte von nun an zwei Dinge: Erstens waren die Apparate tragbar und zweitens individuell. Hinzu kam eine bedeutungsvolle Veränderung: Ein Programm wurde für längere Zeit ausgestrahlt, denn die Benutzer waren nun nicht mehr von der Röhrentechnologie abhängig. Dies ist ein typisches Beispiel für ein Umfeld nach McLuhan, dessen natürlicher Übergang zum Fernseher sich Ende der 1950er Jahre vollzog, mit ähnlichen Folgen wie den bereits beschriebenen. Zusammenfassend kann man also sagen, dass die Weiterentwicklung der Technologie der Radio- und Fernsehgeräte sich in einem längeren Fernsehprogramm von bis zu 24 Stunden am Tag widerspiegelte, was natürlich eine Veränderung der Umfelder bewirkte. Bedenken wir in diesem Zusammenhang die Präsenz des Kabelfernsehens und anderer Pay-TV-Optionen für Zuhause. Sie haben nicht nur das Programmangebot während praktisch des ganzen Tages erweitert, sondern auch die Anzahl und den Ursprung der Kanäle vergrößert. Dabei gingen sie nicht nur vom verfügbaren Budget aus, sondern auch von Studien über Präferenzen der Zuhörerschaft in Bezug auf Ursprung und Eigenschaften des Programms. Außerdem gibt es die Einführung neuer Umfelder, denn oftmals sind ausländische Kanäle in ihren jeweiligen Ländern kostenlos – im Allgemeinen würden die Experten sagen – und im Ausland kostenpflichtig. Eine weitere Veränderung im Umfeld des Fernsehens ist, dass das Empfangen bestimmter Inhalte auf die ein oder andere Weise die Zusammensetzung der Zuhörerschaft beeinflusst. Folglich könnte man in einer – im Moment – oberflächlichen Analyse feststellen, dass die Umfelder uns wieder die Gültigkeit des „das Medium ist die Botschaft“ belegen und die Korrektheit des Konzeptes von McLuhan der Vielfältigkeit der Umfelder, denen die Technologie Raum gibt, untermauern“ (Benassini 2007, S.131).

- 10| Dies ist die wichtigste These der so genannten „Theorie der Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit der medialen Umfelder“.
- 11| Zusätzlich zu dem hervorragenden Einsatz der neuen sozialen Medien des Präsidentschaftswahlkampfes von Barack Obama
- 12| Das typische Beispiel für das Fundraising für die Durchführung eines Wahlkampfes für Kandidaten, die sich zur Wahl stellen, geht von den persönlichen Beziehungen des Kandidaten aus und von der Maschinerie der Partei, um bei wohlhabenden Unternehmern für Spenden zu werben. Im Jahr 2000 zeigte der Präsidentschaftswahlkampf von McCain, dass das Internet ein wichtiger Faktor für die Spendengewinnung war, die für den Wahlkampf lebenswichtig waren.

LATEINAMERIKANISCHE KOMMUNIKATIONSMEDIEN: WER INFORMIERT UNS ÜBER DIE INFORMANTEN?

Ana Jacoby

Seit dem Ausbruch der digitalen Revolution ist der Kontext, in dem die Medien tätig sind, einem tiefen Veränderungsprozess unterworfen. Beim Nachdenken über diese Prozesse stehen wir vor einer doppelten Herausforderung: Einerseits werden ständig aktuelle und genaue Informationen über die technischen Neuerungen in den Medien und die Veränderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen zur Regelung ihres Handelns in dem dynamischen Markt, in dem sie tätig sind, benötigt. Andererseits sollte versucht werden, diese Situation zu überwinden und grundsätzlich über die Veränderungen in den Medien und ihre tiefgreifenden gesellschaftlichen Auswirkungen nachzudenken. Als Beitrag zu dieser anspruchsvollen Aufgabe hat die Konrad-Adenauer-Stiftung ein Portal geschaffen, auf dem relevante Aspekte im Zusammenhang mit den Medien in Lateinamerika angesprochen werden können. Auf der Grundlage der auf dieser Website gesammelten Informationen werden im vorliegenden Artikel einige der jüngsten Trends in den lateinamerikanischen Medien aufgezeigt.

EINLEITUNG

Eine wesentliche Voraussetzung für das gute Funktionieren der Demokratie ist das Vorhandensein einer informierten und kritischen Bürgerschaft. Dafür werden transparent und pluralistisch informierende Medien sowie Bürger, die in der Lage sind, kritisch über ihre Informationsquellen nachzudenken, benötigt. Einer aktuellen Studie der Lateinamerikanischen Fakultät für Sozialwissenschaften zufolge sind die Medien diejenigen Institutionen, die die größte Glaubwürdigkeit in Lateinamerika besitzen (FLACSO 2010:6). Die hohe Wertschätzung der amerikanischen Bevölkerung für die Medien zeigt zu einem großen Teil auch die Enttäuschung über die anderen Institutionen, die als Mittler ihrer Beziehung zum politischen System tätig sind, vom Kongress und dem Präsidenten über das Militär bis hin zu den Gewerkschaften. Aber zugleich könnte diese hohe Wertschätzung bei kritischem Nachdenken über die Bedingungen, unter denen die Medien arbeiten, auch auf eine gewisse Nachsicht bei ihrer Beurteilung hindeuten.

Unter welchen Bedingungen und mit welchem Grad der Freiheit betreiben Journalisten ihr Geschäft? Wie offen zeigen sich in den Medien die Interessen und Sichtweisen von jenen, die uns informieren? Unter welchen rechtlichen Rahmenbedingungen handeln die Medien und welche Möglichkeiten und Beschränkungen sind in diesen Gesetzen festgelegt? Wie finanzieren sich die Medien? Zu welchen Informationsquellen hat der Bürger Zugang?

Die technische Revolution, die wir heute erleben, macht die Lage lediglich komplizierter und wirft neue Fragen auf, von denen viele noch einer sicheren Beantwortung harren. Ermöglichen die neuen Technologien eine Vervielfachung der Informationsquellen oder geht damit eine Konzentration in den Händen der großen Medienunternehmen und Telekommunikation einher? Gibt es nun größere Vielfalt oder stehen wir vor einem Prozess der Gleichschaltung von Informationen, und welche Auswirkungen haben diese Veränderungen im lateinamerikanischen Umfeld, wo der Zugang zur digitalen Welt noch einen relativ niedrigen Entwicklungsstand hat?

Andererseits reißen die technischen Veränderungen Lücken im Gesetz auf und veranlassen die Regierungen, die Rechtsordnung und die öffentliche Politik in Bezug auf die Medien und Telekommunikation zu überdenken.

Wie wir in diesem Artikel sehen werden, erlebt Lateinamerika eine Welle der Erneuerung der oft noch aus den 1920er oder 1930er Jahren stammenden Rechtsvorschriften im Bereich Rundfunk und Telekommunikation. Neben der Behandlung neuer Fragen im Zusammenhang mit der Digitalisierung und der technischen Verschmelzung der Medien haben diese Gesetzesreformen auch der Einführung einer Reihe weiterer Änderungen gedient. Von einer größeren Regulierung des Eigentums an den Medien oder der Förderung von Community-Medien bis zur Schaffung neuer Mechanismen zur Kontrolle der Inhalte verändert diese neue Generation von Gesetzen und staatlicher Politik grundlegend die Bedingungen, unter denen Journalismus in der Region ausgeübt wird.

In diesem Zusammenhang wird es wichtig, dass es Möglichkeiten zur Analyse und zum Nachdenken über den Rahmen, in dem die Medien tätig sind, gibt. Es gibt mehrere Institutionen, die sich mit diesen Fragen aus akademischer Sicht befassen. Neben den verschiedenen Hochschulen für Kommunikationswissenschaften auf dem gesamten Kontinent gibt es auch regionale Organisationen, die Zentren der wissenschaftlichen Forschung unterhalten, wie die *Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación* (FELAFACS) oder die *Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación* (ALAIC). Diese Organisationen befassen sich aus *wissenschaftlicher* Perspektive mit verschiedenen Fragen im Zusammenhang mit den Medien, den Räumen für Bildung und Forschung und dem wissenschaftlichen Austausch¹. Die Hochschulzentren nehmen sich auch aus theoretischer Sicht eines wachsenden Fachgebiets an: dem Recht auf Information und Kommunikation. Auch Organisationen wie AMEDI in Mexiko oder Article XIX in Großbritannien arbeiten in Lehre und Forschung in diesem Bereich des Rechts und als Anwälte für eine Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen von Medien und Telekommunikation.

Auch in Bezug auf die journalistische Praxis ist das Angebot an universitären Ausbildungsstätten in der gesamten Region sehr breit und vielfältig. Darüber hinaus gibt es nationale und regionale Zentren zur Unterstützung von Berufsjournalisten. Einige von ihnen, wie FNPI IPYS, die Knight-Stiftung oder die Stiftung Medien für den Frieden (*Medios para la Paz*) loben Preise aus und bieten Spezialisierungslehrgänge für Berufsjournalisten sowie Beratungsleistungen in ethischen und juristischen Fragen für praktizierende Journalisten an. Andere Organisationen wie Reporter ohne Grenzen, IFEX, CPJ, FLIP oder das Projekt Straflosigkeit

der SIP konzentrieren ihre Tätigkeit auf die Frage der freien Meinungsäußerung und stellen eine wertvolle Unterstützung für Berufsjournalisten dar, indem sie Druck auf die zuständigen Behörden ausüben und die Bürger auf Fälle von Angriffen auf die Presse aufmerksam machen.

Die wertvolle Arbeit dieser Organisationen bleibt jedoch in der Regel auf eine ihrer Zielgruppen begrenzt: Kommunikationswissenschaftler, auf Medienrecht spezialisierte Anwälte oder Journalisten. Aus diesem Grund hat die Konrad-Adenauer-Stiftung sich vorgenommen, ein Portal für die Interessen all jener einzurichten, die beruflich mit den Medien zu tun haben, von den Journalisten bis zu den Medienunternehmen, aber auch für Wissenschaftler, Juristen und Gesetzgeber im Medienrecht. Das Portal *Medioslatinos* ist eine zentrale, zuverlässige und aktuelle Quelle der unterschiedlichsten Informationen, u.a. mit einem Verzeichnis der wichtigsten lateinamerikanischen Medien, einer lateinamerikanischen Datenbank zum Thema Recht auf Information und Kommunikation, Publikationen, eigenen Studien und Studien Dritter, einem Kalender für Veranstaltungen im Bereich Journalismus und Kommunikation und einem Ausschnittdienst, über den ständig die neuesten Nachrichten aus dem Bereich Journalismus, Medienrecht und Medienunternehmen erhältlich sind.

Das Portal besteht seit 2004 und wurde gerade erst mit erweitertem Inhalt neu aufgelegt. Ausgehend von den Informationen auf diesem Portal sehen wir einige Trends, die interessante Elemente zur Analyse des Umfelds bieten, in dem die Medien in Lateinamerika arbeiten.

I. DIE „RÜCKKEHR DER ZENSUR“

Eine erste zentrale Erkenntnis zum Umfeld, in dem Journalismus in Lateinamerika heute ausgeübt wird, ist das hohe Maß an Gewalt gegen Journalisten. In der Tat war Lateinamerika im Jahr 2010 mit 35 der 105 im Laufe des Jahres in Mexiko, Honduras, Kolumbien und Brasilien registrierten Morde die gefährlichste Region für Journalisten². Diese unseligen Trends werden durch einen von Taylor Bridges verfassten und vom Projekt Straflosigkeit der Inter-Amerikanischen Pressegesellschaft (*Sociedad Interamericana de Prensa*, SIP) veröffentlichten Bericht bestätigt, wonach zwischen 1995 und 2010 258 Journalisten in Lateinamerika als ermordet (oder verschwunden und vermutlich auch ermordet) gemeldet wurden. In Bezug auf die geografische Verteilung der Morde, gab es

die meisten von ihnen in Mexiko (89 Fälle), Kolumbien (71 Fälle) und Brasilien (25 Fälle) (Bridges 2010).

Während Journalisten einerseits Opfer von Drohungen, tätlichen Angriffen und Morden sind, die im Fall von Lateinamerika meist aus Kreisen der organisierten Kriminalität oder paramilitärischer Organisationen verübt werden, sind sie andererseits auch dem Druck von Regierungen und Konzernen ausgesetzt, die zu Mitteln der zivil- und strafrechtlichen Diffamierung greifen, um Untersuchungen zu vermeiden oder eine kritische Presse zum Schweigen zu bringen. Einem Bericht von Article XIX zufolge gibt es in den meisten lateinamerikanischen Ländern die Möglichkeit strafrechtlicher Sanktionen wegen Verleumdung³. Mexiko ist das einzige lateinamerikanische Land, das den Tatbestand der Verleumdung entkriminalisiert hat und nur nach Zivilrecht bestraft, während in Ländern wie Argentinien, Chile, Uruguay, Paraguay, Peru, Französisch-Guayana, Costa Rica, El Salvador und der Dominikanischen Republik seit 2009 damit begonnen wurde, den Tatbestand der Verleumdung ganz oder teilweise aus dem Strafrecht zu entfernen. (Callamard und Spencer 2009). Die jüngste aufsehenerregende Fall in diesem Zusammenhang ist der des ecuadorianischen Präsidenten Rafael Correa, der im Frühjahr 2011 Klage wegen moralischer Schädigung eingereicht hatte und die Autoren des Buches *Big Brother* auf zehn Millionen Dollar verklagt hatte, in dem ein Fall von Korruption untersucht wird, in dem der Bruder des Präsidenten verwickelt ist. In einer weiteren Klage gegen die Zeitung *El Universo* verlangt er 80 Millionen Dollar und Gefängnis für die Geschäftsführer der Morgenzeitung.

Somit haben die Regierungen auch einen beträchtlichen Anteil Verantwortung an der Verschlechterung der Meinungsfreiheit in Lateinamerika. In erster Linie aufgrund der zutage getretenen Unzulänglichkeiten von Regierungen von Ländern wie Mexiko, Honduras, Kolumbien und Brasilien bei der Feststellung und Bestrafung der Verantwortlichen für die Morde an Journalisten, was die Entstehung eines Klimas der Straflosigkeit bewirkt und somit den Kreislauf der Gewalt konsolidiert⁴. Zweitens, weil viele Regierungen staatliche Mittel für die Verhinderung von Untersuchungen und Kontrolle durch eine kritischen Presse missbrauchen. Dies geht aus einem aktuellen Bericht von Carlos Lauria für den Ausschuss zum Schutz von Journalisten hervor, dem zufolge der Fortschritt der politischen Macht und der organisierten Kriminalität im Bemühen, den Journalismus in Lateinamerika zum Schweigen zu bringen, zu einer

„Rückkehr der Zensur“ geführt hat, die im Jahr 2010 ihren höchsten Stand seit dem regionalen Demokratisierungsprozess vor dreißig Jahren erreicht hat (Laurie 2010).

Tatsächlich haben verschiedene Regierungen unter Bezugnahme auf die Gesetze zur Verleumdung in jüngster Zeit neue Mechanismen zur Kontrolle von Presseinhalten in ihre Gesetze aufgenommen, die zu Zensur führen könnten⁵. So geschehen im Fall von Venezuela, wo im Dezember 2010 eine Änderung des Gesetzes zur gesellschaftlichen Verantwortung in Funk und Fernsehen verabschiedet wurde (auch bekannt als *Ley Resorte – Gummiparagraph*). Nach Angaben der World Association of Community Broadcasters hat die Verabschiedung heftige Kontroversen ausgelöst, da dies als Angriff auf die Meinungsfreiheit gemäß den Normen des American System of Human Rights betrachtet wird (AMARC 2010:7). Das Gesetz verbietet die Verbreitung von Meldungen, die zu Hass, Intoleranz oder kriminellen Handlungen aufrufen oder dies fördern, Kriegspropaganda darstellen und Unruhe in der Öffentlichkeit oder die Störung der öffentlichen Ordnung fördern, sowie Meldungen, die staatliche Behörden missachten und Verstöße gegen geltendes Recht schüren oder fördern. Das Gesetz ermächtigt darüber hinaus den Nationalen Ausschuss für Telekommunikation zum Verbot von Meldungen auch ohne vorangegangenes Verwaltungsverfahren (Canizalez 2011). Auch in Bolivien wurde im Oktober 2010 das „Gesetz gegen Rassismus und alle Formen von Diskriminierung“ verabschiedet, das Sanktionen festlegt, die selbst zur Aussetzung der Lizenz für Medien führen können, wenn sie Nachrichten mit rassistischen Inhalten verbreiten. Auch wenn bislang keine Sanktionen verhängt wurden, haben Organisationen wie die ANP in Bolivien ihre Befürchtung zum Ausdruck gebracht, dass eine solche Regelung als Mechanismus für die inhaltliche Kontrolle verwendet werden kann (Jacoby 2011). Einem ähnlichen Trend folgend, hat die Regierung von Ecuador für Mai dieses Jahres einen Volksentscheid vorgesehen, in dem unter anderem die Schaffung eines Rates zur Regelung der Inhalte und zur Festlegung von Haftungsnormen für Medien oder Journalisten vorgeschlagen wird (Cerbino 2011). Neben der Bezugnahme auf den rechtlichen Rahmen der oben genannten Länder kritisiert der Bericht von Carlos Lauria auch Praktiken der inhaltlichen Kontrolle in Kuba, wo weiterhin ein „strenges Regime der Zensur“ in Kraft ist und in Brasilien, wo die Familie des ehemaligen Präsidenten Sarney per Gerichtsentscheid die Veröffentlichung von gegen ihn erhobenen Vorwürfen der Vetternwirtschaft und Korruption in der Zeitung *O Estado de Sao Paulo* gestoppt hat (Lauria 2010).

II. ÖFFENTLICHE INFORMATION UND PRIVATEIGENTUM

Ein weiterer Faktor, der stark unter dem Einfluss der öffentlichen Information durch die Medien steht, sind die Interessen der Medienunternehmen selbst. Ebenso wie andere Regionen der Welt durchlebt Lateinamerika einen Prozess der Konzentration der Medien (Apreza Salgado 2007: 71). Eine Untersuchung der Konzentration von Umsätzen und Lesern, Zuschauern und Zuhörern in verschiedenen Informationsbranchen in Lateinamerika fördert überzeugende Zahlen in diesem Zusammenhang zutage: Im Durchschnitt beherrschen die ersten vier Betreiber das jeweilige Marktsegment zu jeweils 80 Prozent (Mastrini und Beccerra 2009: 23). Durch horizontale und vertikale Fusionen werden die großen Medienkonzerne zu immer größeren Schwergewichten sowohl bei der Bildung der öffentlichen Meinung als auch im politischen Entscheidungsprozess. Von den fünfzig umsatzstärksten Medienkonzernen weltweit haben nur fünf ihren Sitz außerhalb der Vereinigten Staaten, Europa oder Japan. Dazu gehört auf Platz 36 die brasilianische Gruppe O Globo mit einem Umsatz von 3.035 Milliarden Euro und auf Platz 40 der Rangliste die mexikanische Televisa mit einem Umsatz von 2.785 Milliarden Euro. (Institut für Medien- und Kommunikationspolitik 2011).

Obwohl sie nicht mit solch hohen Umsatzzahlen aufwarten können, weil ihre Märkte kleiner sind, gibt es auf dem übrigen Kontinent noch andere Konzerne mit einer starken Marktdominanz wie im Fall der Grupo Clarín aus Argentinien und Grupo Cisneros aus Venezuela (Marti Sanchez 2008: 144-145). Es gibt auch Unternehmer, die ihre Hegemonie in einem bestimmten Markt festigen, wie im Fall des offenen Fernsehkanals in El Salvador, der von den Unternehmern Boris Eserski und Luis Francisco Adalberto Pinto Garcia beherrscht wird oder des offenen Fernsehkanals in Guatemala, in dem der mexikanische Unternehmer Angel Gonzalez, dem auch über 30 Kanäle in den übrigen Ländern des Subkontinents zugeschrieben werden, praktisch eine Monopolstellung innehat. Auch am Markt für Pay TV in Paraguay hatte bis vor kurzem die Grupo Clarín aus Argentinien ⁶ eine Monopolstellung.

Wie in mehreren dieser Fälle zu sehen ist, sind die Medienunternehmen bestrebt, ihren Einflussbereich über die nationalen Grenzen hinaus auszudehnen. Daher findet parallel zum Prozess der Konzentration auch eine zunehmende Internationalisierung des Eigentums an den Medien statt. Unternehmen, die nicht über genügend Kapital verfügen, gehen auch

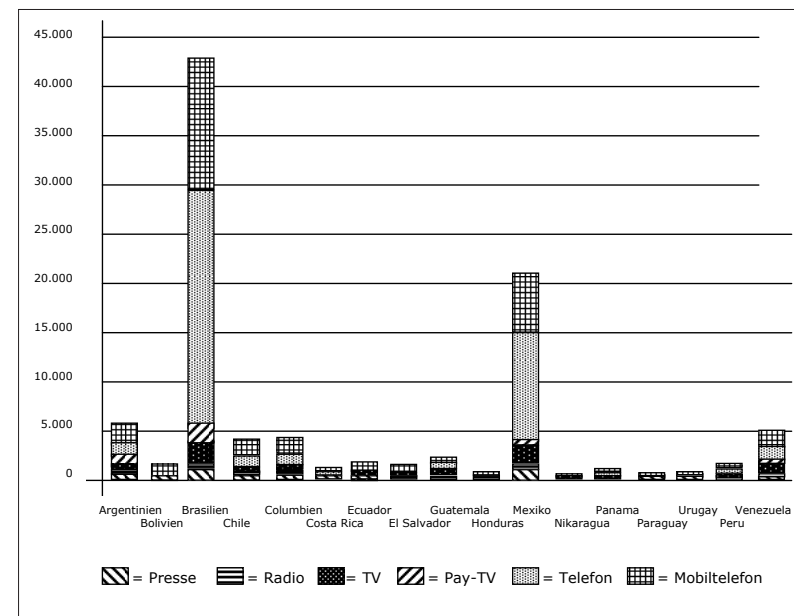
regionale Bündnisse ein, wie im Fall von Pay-TV, wo die Gruppen Televisa und Globo Partner des Unternehmens Sky sind, welches seinerseits 2005 DirectTV aufgekauft hat, das zuvor im Besitz der Cisneros-Gruppe mit Beteiligung der Grupo Clarín war.

Becerra und Mastrini zeigen auf, dass ein großer Teil der Medienkonzerne seine Tätigkeit in den traditionellen Medien begonnen hat. So war das Fernsehen die Ausgangsbasis für Konzerne wie die mexikanische Gruppe Televisa, Globo in Brasilien oder Cisneros in Venezuela. Andere Konzerne hatten ihre Wiege in den Printmedien, wie Prisa in Spanien, Clarín in Argentinien oder die Familie Edwards in Chile. (Becerra und Mastrini 2009a: 45)

Neben diesen traditionellen Medienkonzernen gibt es ein neues Schwergewicht, die Telekommunikationsunternehmen. Im Zeitalter der digitalen Medien sind diese Unternehmen zu einem wichtigen Akteur als Manager der Infrastruktur für die Verteilung von Daten und Inhalten der anderen einschlägigen Aktivitäten geworden. Auf diese Weise verwischt die technische Verschmelzung die Grenzen zwischen den einstmals getrennten Märkten. Allmählich haben diese Unternehmen auch damit begonnen, ihre Märkte auf den Bereich der Produktion von Inhalten auszudehnen. Der Eintritt von Telekommunikationsunternehmen in die Produktion von Inhalten ist ein radikaler Wandel der Szene der Kommunikationsmedien, da diese Unternehmen wesentlich höhere Umsätze verwalten als die traditionellen Unternehmen.

Ein typisches Beispiel dieser neuen Akteure am Medienmarkt ist der mexikanische Unternehmer Carlos Slim. Der Geschäftsmann, der 2010 und 2011 von der Zeitschrift Forbes zum reichsten Mann der Welt gekürt wurde, ist Eigentümer des mexikanischen Festnetz-Telefonunternehmens Telmex und des Mobilfunkunternehmens Telcel sowie des Unternehmens America Movil. Das letztgenannte Unternehmen, das nahezu auf dem gesamten Kontinent unter dem Namen Claro tätig ist, hat 225 Millionen Teilnehmer in der Region und wird damit zum weltweit drittgrößten Mobilfunkanbieter nach Volumen nach China Mobile und Vodafone. Diese Tatsache bestätigt die hohe Konzentration am lateinamerikanischen Markt und das Gewicht des mexikanischen Unternehmens auf regionaler Ebene und im Weltmaßstab. Der erste Einstieg von Slim in die Produktion von Inhalten erfolgte Hand in Hand mit den führenden Medien-Unternehmern. So kam es zum Bündnis mit dem Vene-

Abbildung 1: Medienumsätze in Lateinamerika



Quelle: Eigene Untersuchungen auf der Grundlage von Mastrini und Becerra (2009a), Umsätze in Millionen US-Dollar

zolaner Gustavo Cisneros, dem Mexikaner Emilio Azcarraga (Präsident von Televisa) oder der brasilianischen Familie Marinho (sie kontrolliert die Gruppe O Globo). Doch nach einer Weile scheint Slim jetzt entschlossen zu sein, eine aggressivere Strategie zu verfolgen. Dies deutet sich seit Anfang 2011 durch den offenen Konflikt mit dem Fernsehsender Televisa und TV Azteca im Kampf um die Lizenz für einen dritten Fernsehkanal in Mexiko an. Im Gegenzug festigt das eigene Unternehmen America Movil schnell seine Präsenz am Pay-TV-Markt, wo die Kontrolle über die Telekommunikationsnetze ihm mit Hilfe eines Dreifachanschlusses einen Wettbewerbsvorteil für Telefonie, TV und Internet verschafft. America Movil ist in ganz Lateinamerika präsent und hat insgesamt elf Millionen Kunden in Lateinamerika außer in Argentinien und Mexiko, und diese Zahl steigt mit einer Rate von rund 250.000 Kunden pro Monat im Segment Pay-TV. (*Medioslatinos* 20.01.09 und 03.11.11)

III. DIE NEUE WELLE DER STAATLICHEN REGULIERUNG

Die neuen Technologien eröffnen aber auch neue Horizonte für die Demokratisierung der Kommunikation. So zum Beispiel beim digitalen Fernsehen, das die Möglichkeit einer exponentiellen Vermehrung der gleichzeitig übertragbaren Fernsehkanäle ermöglicht und somit den Regierungen in der Region eine historische Chance bietet, den Prozess der Konzentration des Eigentums umzukehren und mehr Pluralismus in den Medien zu fördern. Dies erfordert von den Regierungen die Schaffung der rechtlichen Rahmenbedingungen und die Umsetzung staatlicher Maßnahmen in dieser Richtung.

Einige Gesetzentwürfe zur Regulierung des digitalen Fernsehens, wie er z.B. gerade im Kongress in Chile diskutiert wird, geben jedoch Anlass zu Vorbehalten. Zur Gewährleistung der Profitabilität und Qualität der Programmgestaltung ermöglicht es dieser Entwurf den TV-Betreibern offen, bis zu 50 Prozent ihrer Sendekapazität für Pay-TV einzusetzen (*Medioslatinos* 08.04.11). Somit könnten diese Unternehmen einige Kanäle, die zum öffentlich zugänglichen Fernsehen gehören, an Dritte vermieten oder von den Kunden dafür Gebühren verlangen. Nach Angaben des chilenischen Medienbeobachters Fucatel läuft diese Verfügung den internationalen Prinzipien zum Gemeinwohlcharakter des Rundfunks zuwider, wonach das offene Fernsehen mehrheitlich kostenlos und allen Bürgern frei zugänglich sein sollte. (Fucatel 2011).

Andererseits hat die Regierung von Chile eine andere Art wegweisender Maßnahmen zur Begrenzung der Macht der großen Medienkonzerne beschlossen und wurde damit zum ersten Land der Welt, das den Schutz der „Neutralität“ des Netzes in seinen Rechtsvorschriften eingeführt hat. Diese Regelung begrenzt die Möglichkeit von Internet-Providern zur Blockierung des Datenverkehrs bzw. zum Eingriff in den Verkehr auf ihren Netzen aus kommerziellen Interessen. (*Medioslatinos* 16.07.2010)

In Hinblick auf die Medienkonzentration in der Region findet sich in einem kürzlich veröffentlichten Bericht von AMARC eine wenig ermutigende Prognose. Die Organisation kommt zu folgendem Schluss: „Trotz der vielen Empfehlungen, mit denen die Staaten bewegt werden sollen, ihre gegen die demokratischen Prozesse gerichtete Praxis, z.B. die Stärkung von Oligopolen und Monopolen, zu ändern, haben wir festgestellt, dass man sich in den meisten Ländern sowohl im analogen Rundfunk als auch

bei der Umstellung auf digitale Medien zunehmend auf diese Modelle der Konzentration stützt. „(AMARC 2010:7).

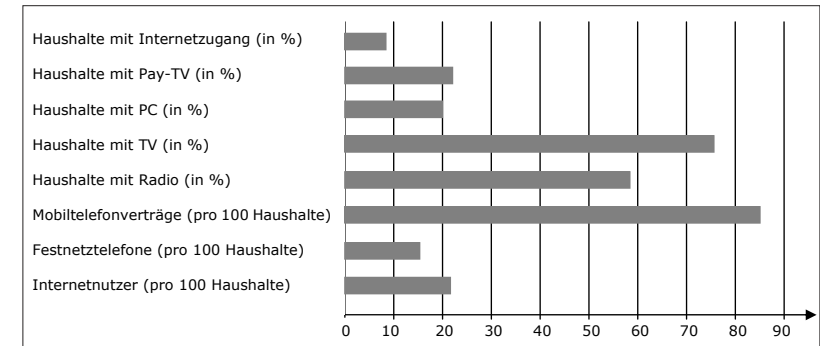
Dennoch haben sich mehrere Regierungen in der Region daran gemacht, ihre Rechtsvorschriften zum Eigentum an den Medien zu ändern. Vorreiter in dieser Hinsicht ist Peru, das im Jahr 2004 und ausgehend von einer Bürgerinitiative ein Rundfunkgesetz zur Begrenzung marktbeherrschender Stellungen sowohl für den Staat als auch für Einzelpersonen verabschiedet hat. Diesem Gesetz zufolge dürfen natürliche oder juristische Personen nicht mehr als 30 Prozent der technisch verfügbaren TV-Frequenzen und nicht mehr als 20 Prozent des Hörfunks als Eigentum besitzen. Das Gesetz beschränkt auch ausländische Beteiligungen auf 40 Prozent des gesamten Grundkapitals eines Unternehmens. Ein anderer typischer Fall ist die argentinische Regierung, die im Rahmen des neuen 2009 verabschiedeten Gesetzes über audiovisuelle Kommunikationsdienstleistungen die Zahl der Lizenzen pro Eigentümer und Medientyp gesenkt und die ausländische Kapitalbeteiligung in Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft auf 30 Prozent begrenzt hat. Im Gegenzug verpflichtet das neue Gesetz alle Betreiber, Dienstleistungen bis zu einem Höchstsatz von 35 Prozent der Bevölkerung bzw. der Teilnehmer zu erbringen. Ebenso werden in Brasilien, Paraguay, Ecuador und Uruguay zurzeit Änderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen diskutiert, wobei einem Artikel des *Buró de Análisis Informativo* zufolge eine strengere Regulierung des Eigentums an den Medien geplant ist. (*Buró de Análisis Informativo* 2010).

Ein anderer Weg, den mehrere Regierungen der Region in ihrem Bemühen gegen die wachsende Macht der Medienkonzerne gefunden haben, besteht in der Stärkung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Ein markantes Beispiel hierfür ist der bolivianische Präsident Evo Morales, der trotz geringer Akzeptanz in den traditionellen Medien an die Macht kam. Im Rahmen einer „demokratischen und kulturellen Revolution“ hat der bolivianische Präsident das Netz der staatlichen Medien erweitert, das gegenwärtig die Sender Canal 7, Radio Patria Nueva, die Zeitung *Cambio* und den bolivianischen Nachrichtendienst *Agencia Boliviana de Informaciones* (ABI) umfasst. Seit 2006 fördert er auch das Projekt „Rundfunk der indigenen Völker Boliviens“, dem bereits über 82 Rundfunksender in Städten und Gemeinden an verschiedenen Punkten des Landes angehören.

Idealerweise sind die öffentlich-rechtlichen Medien zwischen Markt und Staat anzusiedeln, wo sie den verschiedenen gesellschaftlichen und politischen Akteuren Raum für ihre Meinungsäußerung geben sollten. In diesem Sinne könnte die Stärkung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ein wirksames Instrument zur Gewährleistung des Pluralismus sein, den jede Demokratie braucht. In der Praxis jedoch ist es keine leichte Aufgabe, gegenüber Staat und Markt Distanz zu bewahren. In einigen europäischen Ländern hat sich das öffentlich-rechtliche Fernsehen einige Praktiken des kommerziellen Fernsehens als Mittel der Existenzsicherung in einem von der Logik des Geschäfts bestimmten Markt zu Eigen gemacht. (La Porte und Sádaba 2005: 144). In Lateinamerika wiederum gelingt es den öffentlich-rechtlichen Medien nicht immer, sich von der „unheiligen Tradition der Propaganda und der Nutzung öffentlich-rechtlicher Medien durch die Regierung“, wie es der Fachmann für öffentlich-rechtliches Fernsehen, Valerio Fuenzalida, formuliert hat, zu befreien (OCLACC 2009). Um das zu erreichen, müssten die Initiativen zur Stärkung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Mechanismen zur Finanzierung und Entscheidungsfindung entwickeln, die die Unabhängigkeit der Medien sowohl von den Konzernen als auch von den Regierungen gewährleisten.

Ein weiterer Mechanismus, dessen sich verschiedene lateinamerikanische Regierungen zur Förderung von mehr Pluralismus bedienen, ist die Unterstützung der Community-Medien. Die den Community-Medien zugeschriebene Bedeutung hat mit der Realität in Lateinamerika selbst zu tun, wo der Zugang zu den neuen Technologien immer noch sehr begrenzt ist und die konventionellen Medien weiterhin die wichtigste Informationsquelle darstellen. Tatsache ist, dass zwar im Durchschnitt 77 Prozent der Haushalte mindestens ein Fernsehgerät und 59 Prozent einen Rundfunkempfänger besitzen, aber nur 9 Prozent der Haushalte Zugang zum Internet haben. Die Anzahl der Haushalte mit Internet beträgt in Nicaragua sogar nur 0,5 Prozent, in Guatemala 1,8 Prozent, in Honduras 2,5 Prozent und in Bolivien 3,3 Prozent⁷.

Abbildung 2: Der Zugang zu Kommunikationsmedien



Quelle: Medioslatinos 2010, Durchschnittliche Bewertung für Lateinamerika in Prozent

In diesem Zusammenhang drängen mehrere Regierungen in der Region auf eine Neufassung der rechtlichen Rahmenbedingungen in Richtung einer Anerkennung der Community-Medien als dritten Sektor gemäß den internationalen Standards. (AMARC 2009:59) Dies ist in Uruguay der Fall, das im Dezember 2007 ein Gesetz zum Community-Rundfunk verabschiedet hat oder in Argentinien, wo das Ende 2009 verabschiedete Gesetz über audiovisuelle Dienste ein Drittel des Sendespektrums dem Community-Sektor vorbehält. (AMARC 2009:58). Auch in Chile, wo der Kongress nach mehreren Jahren des Hin und Her das Gesetz über den Community- und Stadtrundfunk verabschiedet hat, das zwar eine Verbesserung darstellt, weil es die Bedingungen für die Entwicklung in diesem Sektor schützt, gleichzeitig jedoch Ungerechtigkeiten in Bezug auf den gewerblichen Bereich beibehält (AMARC 2010: 7). Etwas Ähnliches geschieht im Falle von Paraguay, wo das kürzlich verabschiedete Gesetz die Aktivität der Branche regelt, aber die Macht dieser Klasse von Rundfunksendern und ihre Kapazität dadurch beschneidet, dass sie sich durch Werbung finanzieren müssen (Fernández Bogado 2011). Im Fall von Guatemala debattiert das Parlament derzeit einen Gesetzentwurf zu Community-Medien, in dem die Macht und das Recht auf Einnahmen durch Werbung im Mittelpunkt des Streits um die Definition eines Community-Mediums selbst stehen (Jacoby 2011B).

Organisationen wie AMARC sind der Auffassung, dass diese neue Generation von rechtlichen Rahmenbedingungen einen Fortschritt in der Anerkennung des gemeinnützigen Sektors durch neue rechtliche Rahmen-

bedingungen darstellt (AMARC 2009:58). Doch die Organisation äußert auch ihre Vorbehalte gegenüber einem Prozess, den die Region wie folgt erlebt: „Die Nutzung von Sendern, die sich selbst als Community-Medien bezeichnen und von den Regierungen finanziert werden (wie im Falle Boliviens) zur Schaffung eines Rundfunknetzes, das die offizielle Stimme der Regierung verbreitet, ist ein weiteres Sorgenkind im Hinblick auf die Pluralität und Unabhängigkeit der Community-Bewegung. In Venezuela hingegen vergibt die Regierung Mittel an Community-Sender ohne klare Richtlinien, was einen Ermessensspielraum lässt, der dazu benutzt werden kann, in die redaktionelle Tätigkeit einzugreifen und damit ihre Unabhängigkeit aufs Spiel zu setzen. Die Community-Rundfunk- und Fernsehsender sind unabhängige private Akteure, die nicht zur Regierung gehören, keine religiös-missionarischen Ziele verfolgen und kein Eigentum politischer Parteien oder von Unternehmen sind und von diesen weder kontrolliert werden, noch mit ihnen verbunden sind.“ (AMARC 2009: 58)

In der Tat sehen sich die Community-Medien einem ähnlichen Dilemma gegenüber, wie es bereits in Bezug auf die öffentlich-rechtlichen Medien beschrieben wurde. Wenn sie einerseits unabhängig von den Interessen des Marktes sein sollen, und darin liegt ihr wesentlicher Unterschied zu den traditionellen Medien, müssen sie andererseits auch eine gewisse Autonomie gegenüber den Regierungen bewahren können, die zur wichtigsten Alternative für die Finanzierung werden. So ist die Erklärung von AMARC ein guter Überblick über die Spannung, die sich durch die neue Generation der öffentlichen Politik und rechtlichen Rahmenbedingungen in der Region zieht, und deren Debatten sich zwischen der Förderung von Pluralismus und der Entstehung neuer Formen privater oder staatlicher Hegemonie in den Medien bewegen.

Übersetzung vom Spanischen ins Deutsche: Harald Kirschner

BIBLIOGRAPHIE

- *AMARC (2009): Informe sobre Diversidad y Pluralismo en la Radiodifusión. Mexiko Stadt: Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe, 2009. Online erhältlich unter <http://legislaciones.amarc.org> bzw. <http://legislaciones.item.org.uy/index> (17.02.2012).*
- *AMARC (2010): Informe sobre Diversidad y Pluralismo en la Radiodifusión. Mexiko City: Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe, 2010. Online erhältlich unter http://legislaciones.amarc.org/Inf_Anual/Informe2010.pdf.*
- *Apreza Salgado, S.: Concentración de Medios de Comunicación versus pluralismo informativo, In: Huber, R y Villanueva, E.: Reforma de medios electrónicos ¿avances o retrocesos? Mexiko City: Nationale Autonome Universität Mexico, 2007.*
- *Article XIX (2011): Mexico: Puebla State Decriminalises Defamation, London, Article XIX, Online erhältlich unter <http://www.article19.org/publications/regions/latin-america/index> (17.02.2012).*
- *Becerra, M und Mastrini, G.: 50 años de concentración de medios en América Latina: Del patriarcado artesanal a la valorización en escala. In: Quiros Fernandez F. und F. Sierra Caballero (Hg.): Comunicación, Globalización y Democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2001.*
- *Becerra, M und Mastrini, G.: Los dueños de la palabra. Buenos Aires: Prometeo, 2009.*
- *Becerra, M und Mastrini, G.: Los monopolios de la verdad. Buenos Aires: Prometeo, 2009.*
- *Bridges, T.: La muerte de la noticia: muchas crónicas quedan sin publicar debido a los asesinatos de periodistas latinoamericanos. Texas: John S. und James L. Knight Foundation, 2010.*

- *Buró de análisis informativo, 23.08.10: Propuestas de leyes de comunicación en América Latina buscan regular monopolios en los medios. Online erhältlich unter <http://www.burodeanalisis.com/2010/08/23/propuestas-de-leyes-de-comunicacion-en-america-latina-buscan-regular-monopolios-en-los-medios/> (17.02.2012).*
- *Callamard, A. und Spencer, O.: Civil Defamation: Undermining Free Expression. London: Article XIX, 2009. Online erhältlich unter <http://www.article19.org/pdfs/publications/civil-defamation.pdf> (17.02.2012).*
- *Cañizalez, A.: Informe sobre la situación del derecho de medios en Venezuela. Buenos Aires: Medioslatinos, 2011. Online erhältlich unter <http://www.Medioslatinos.com>.*
- *Cerbino, M.: Informe sobre la situación del derecho de medios en Ecuador. Buenos Aires: Medioslatinos, 2011. Online erhältlich unter <http://www.Medioslatinos.com>.*
- *Fernández Bogado, B.: Informe sobre la situación del derecho de medios en Ecuador. Buenos Aires: Medioslatinos, 2011. Online erhältlich unter <http://www.Medioslatinos.com>.*
- *FLACSO (2010): Estudio de Opinión Pública en Latinoamérica sobre Gobernabilidad y Convivencia Democrática. San Jose: C.R., FLACSO, 2010.*
- *Fucatel (2011): Por una ley de TV digital que considere los intereses ciudadanos. Santiago de Chile, 2011. Online erhältlich unter <http://www.observatoriofucatel.cl/propuestas-ciudadanas-y-multiplicar-los-privilegios-de-los-actuales-operadores/> (17.02.2012).*
- *Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (2011): Ranking – Die 50 größten Medienkonzerne 2011. Online verfügbar unter <http://www.mediadb.eu/rankings/intl-medienkonzerne-2011.html>.*
- *ITU (2008): Estimated Internet Users. Genf: International Telecommunication Union, 2008. Online verfügbar unter <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/> (17.02.2012).*

- *Jacoby, A.: Informe sobre la situación del derecho de medios en Bolivia. Buenos Aires: Medioslatinos, 2011. Online erhältlich unter <http://www.Medioslatinos.com>.*
- *Jacoby, A.: Informe sobre la situación del derecho de medios en Guatemala. Buenos Aires: Medioslatinos, 2011. Online erhältlich unter <http://www.Medioslatinos.com>.*
- *Khan, R.: Ataques a la prensa en 2010. New York: Committee To Protect Journalists, 2011. Online erhältlich unter <http://www.cpj.org/es/2011/02/ataques-a-la-prensa-en-2010-prologo.php>.*
- *La Porte, M. T. und Sádaba, T.: Hacia un nuevo pluralismo en la televisión europea. In: Doxa 3 (2005), S. 143-160. San Pablo.*
- *Lauría, C.: En América Latina, el retorno de la censura. In: CPJ (2010): Ataques a la prensa en 2010. New York: Committee To Protect Journalists, 2011. Online erhältlich unter <http://www.cpj.org/es/2011/02/ataques-a-la-prensa-en-2010-analisis-de-americas.php> (17.02.2012).*
- *Martí Sanchez, C.: Aproximación a la dirección estratégica corporativa de los grupos de comunicación Prisa y Vocento a través de a aplicación del modelo „Kase“ de decisiones estratégicas de los hombres de vértices. Universidad Complutense de Madrid, 2008. (Dissertation).*
- *Mateus Borea, J. C. (Koord.) 2009). „Mapa de los centros y programas de formación en Comunicación y Periodismo en América Latina y el Caribe“ („Karte der Ausbildungszentren und Studienprogramme im Fach Kommunikation and Journalismus in Lateinamerika und der Karibik“), Lima, FELAFACS / UNESCO.*
- *OCLACC (2009): Los medios públicos deben estar al servicio de la ciudadanía: entrevista con Valerio Fuenzalida. Online erhältlich unter <http://oclacc.org/noticia/medios-publicos-deben-estar-al-servicio-ciudadania-valerio-fuenzalida>.*

- 1] *Einer aktuellen Studie von FELAFACS und UNESCO zufolge gibt es in Lateinamerika insgesamt 1.742 Ausbildungsstätten für Kommunikation und Journalismus. Davon sind 67 in Mittelamerika und der Karibik, 193 in der Andenregion, 115 in der Südhälfte, 1.006 in Mexiko und 361 in Brasilien beheimatet (Mateus Borea 2009:11)*
- 2] *Mexiko und Pakistan sind die Länder, die mit jeweils 14 Fällen die Liste ermordeter Journalisten anführen, gefolgt von Honduras und dem Irak mit 9 Fällen. Es folgen die Philippinen mit 6 und Russland mit fünf Fällen sowie Kolumbien, Brasilien und Nigeria mit jeweils vier Fällen. Diese Daten stammen aus einem Bericht der NGO „Un emblema para la prensa“, veröffentlicht in: Diario El Mundo, Spanien (27.12.10): „Lateinamerika ist im Jahr 2010 die gefährlichste Region für Journalisten.“*
- 3] *Unter dem Namen der Verleumdung bezieht sich Article XIX allgemein auf die Vergehen, die in verschiedenen Ländern als Verachtung, Verleumdung, Verunglimpfung, Rufmord, üble Nachrede, Majestätsbeleidigung, und anderes bezeichnet werden.*
- 4] *Laut dem oben zitierten Bericht von Bridges wurde nur in 84 der 258 Fälle von in Lateinamerika zwischen 1995 und 2010 getöteten oder vermissten Journalisten eine Untersuchung eingeleitet (Bridges 2010).*
- 5] *Für eine Untersuchung der Rechtsvorschriften im Bereich Medienrecht in Lateinamerika empfehlen wir die Datenbank des Portals Medioslatinos sowie die verschiedenen nationalen Untersuchungen, von denen einige in diesem Artikel erwähnt werden.*
- 6] *Anfang 2011 vergab der Nationale Ausschuss für Telekommunikation des Landes neue Lizenzen für Satelliten- und Kabel-TV an die Unternehmen Claro aus Mexiko, TuVes aus Chile und Tigo mit Sitz in Luxemburg und Präsenz in verschiedenen Ländern in der Region. Somit ist es sehr wahrscheinlich, dass das Unternehmen der Clarín Gruppe seine beherrschende Stellung auf diesem Markt verlieren wird. (Medioslatinos: 11.04.11)*
- 7] *Die Daten stammen aus einer eigenen, im Portal Medioslatinos veröffentlichten Studie, die aufgrund von nationalen Erhebungen in Argentinien, Bolivien, Brasilien, Chile, Kolumbien, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Mexiko, Nicaragua, Panama, Paraguay, Uruguay, Peru und Venezuela erstellt wurde.*

DIE AUTORINNEN UND AUTOREN

Peter-Alberto Behrens

ist Direktor des Regionalprogramms „Medienkommunikation und Demokratie in Lateinamerika“ der Konrad-Adenauer-Stiftung mit Sitz in Buenos Aires.

*<http://www.kas.de/medien-lateinamerika/>
und <http://www.medioslatinos.com>*

Doris Réniz Caballero

ist Rechtsanwältin, soziale Kommunikatorin, Politologin an der Pontificia Universidad Javeriana/Kolumbien, Tätigkeit als akademische Koordinatorin mit Spezialisierung in Kommunikationsrecht, Dekanin an der Fakultät für Kommunikation und Sprache der Universidad Javeriana, Professorin, Dozentin im In- und Ausland und Autorin von Artikeln und Dokumenten über Kommunikationsrecht.

Carmen Beatriz Fernández

ist Stadtentwicklerin (USB) mit einem Master in Business Administration (IESA) sowie einem Master im Fach Wahlkampf (University of Florida). Seit 1997 steht sie an der Spitze von DataStrategia und koordiniert das iberoamerikanische Politportal e-lecciones.net. Mit ihrem professionellem Know-how auf dem Gebiet der Messung von Stimmungen der öffentlichen Meinung, politischen Kampagnen und neuen Technologien, hat sie lokale und regionale Kampagnen geleitet und war in verschiedenen Ländern in mehr als dreißig erfolgreiche Kampagnen auf der Präsidentenebene als Beraterin für neue Technologie und allgemeine Strategie tätig. Vor kurzem wurde ihr der Aristoteles Excellence Award 2010 für ihre Arbeiten über Cyberpolitik verliehen. Sie gehört zum „Global Dream Team“ der besten Politikberater in der Welt. Sie lehrt politisches Marketing an der IESA (Caracas), an der OCPLA-Akademie (Lateinamerika) und an der Universität Camilo José Cela (Madrid). Seit 2006 koordiniert sie die in diesem Artikel angeführte Studie über Cyberpolitik.

<http://www.ciberpolitica.net>

Octavio Islas

stammt aus Mexiko und ist Doktor der Sozialwissenschaften. Direktor des Projektes des Internet-Lehrganges in Strategischer Digitaler Kommunikation am Tecnológico de Monterrey. Direktor der Webzeitschrift „Razón y Palabra“ (deutsch: „Vernunft und Wort“) [<http://www.razony-palabra.org.mx>]. Autor und Herausgeber von acht Büchern. Er hat Meisterklassen, Vorträge und Workshops in 19 Ländern abgehalten. Mitglied der Media Ecology Association, des World Internet Project und der Academia Mexicana de la Comunicación (Mexikanische Akademie für Kommunikation). Sein wichtigster Blog kann unter <http://octavioislas.wordpress.com> eingesehen werden.

Ana Jacoby

ist Koordinatorin des Internetportals medioslatinos.com. Sie arbeitet als Projektkoordinatorin für das Medienprogramm der Konrad-Adenauer-Stiftung, als Beraterin für das „Small Grants“-Programm der Weltbank, das argentinische Büro von Transparency International und für ein Projekt der Europäischen Union und des argentinischen Ministeriums für Wissenschaft, Technologie und Innovation. In der Privatwirtschaft war sie in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Mercedes Benz Argentinien tätig. Sie hat an Forschungsprojekten teilgenommen und lehrte an der Universität von Buenos Aires und an der Freien Universität Berlin, wo sie Doktorand der Politikwissenschaft ist.

Celedonio von Wuthenau

ist Doktor der Politikwissenschaften (Universität Mainz, Deutschland) und hat einen Abschluss in Public Administration und Political Science (National University of Cuyo, Mendoza, Argentinien). Er war Regional Direktor für Lateinamerika der CDMA Development Group (CDG) von Lucent Technologies Government Affairs für Südamerika, mit Ausnahme von Brasilien, und ehemals Leiter der Internationalen and Institutionellen Beziehungen der National Communications Commission (NCC). Er war Stipendiat der Konrad-Adenauer-Stiftung in Deutschland (1991-1996) und promovierte in Politikwissenschaft, Soziologie und öffentliches Recht unter der Leitung von Prof. Dr. Manfred Mols. Er ist derzeit Direktor Öffentlichkeitsarbeit für Lateinamerika und die Karibik bei Alcatel-Lucent.