

Die verkaufte Vielfalt

Medienkonzentration und ihre Auswirkungen in Lateinamerika

Remigio Ángel González verlieh Filme und Fernsehprogramme. Als der aus Nordamerika stammende mexikanische Geschäftsmann damit anfang, nannten ihn alle noch bei seinem Namen. Heute ist er als „das Phantasma“ bekannt. Es blieb nicht beim Filmverleih. Seit Jahrzehnten sammelt Angel „das Phantasma“ Medien.

Ende der 90er Jahre gehörten ihm rund 20 Radiofrequenzen und 20 Fernsehkanäle von Mexiko bis Argentinien. Inzwischen besitzt er 30 TV-Sender in der lateinamerikanischen Region. In Guatemala gehören ihm alle landesweiten Fernsehkanäle. Viele beschwerten sich über González, reichten Klagen über den Monopolisten auch bei der Organisation Amerikanischer Staaten ein. Er soll mit seiner Fernsehmacht politisch ungenehme Kandidaten geschädigt und ihm genehmen Politikern zum Wahlerfolg verholfen haben. Ángel, das Phantasma, ist keine Erfindung, sondern ein Prototyp in dieser Branche. In allen Ländern, wo er auftritt, gebrauche er selten seinen Namen, berichten verschiedene lateinamerikanische Zeitungen.

Immanuel Kant wäre dagegen gewesen. Denn er schlußfolgerte sinngemäß: Was ich verschweigen muss, um erfolgreich zu sein, muss unsittlich sein, also gegen das Recht, um in der Sprache des 18. Jahrhunderts zu

bleiben. Kant machte sich noch keine Gedanken über die Rolle der Medien, ihre Aufgabe und das Medienrecht. Aber seine Schrift „Zum ewigen Frieden“, der der Gedanke entnommen ist, bietet trotzdem einen geeigneten Ausgangspunkt, um über das Verhältnis von Öffentlichkeit und veröffentlichter Meinung einmal anders nachzudenken. Die meisten Verfassungen demokratisch-freiheitlicher Gesellschaften weisen den Medien eine öffentliche Aufgabe und eine zentrale Rolle für die politische Meinungsbildung zu. Das rechtfertigt die Unantastbarkeit der Pressefreiheit, verleiht aber auch den Medienmachern eine besondere Machtstellung.

Information - wozu?

Wie bei allen Freiheitsrechten gilt: sie sind weder Selbstzweck noch ohne einen Referenzrahmen denkbar, der die Freiheitsrechte einem Zweck zuordnet. In der gleichen Weise, wie es geboten ist, über die *Freiheit wozu* nachzudenken, muss es erlaubt sein, nach der *Information wozu* zu fragen. Diese Frage könnte in einer nicht nur reizüberfluteten, sondern auch gleichzeitig von Medien in vieler Hinsicht abhängigen Gesellschaft das Ziel der öffentlichen Aufgabe von Presse und Rundfunk wieder verstärkt ins Bewusstsein rücken: In einem demokratisch-freiheitlichen System ist es nämlich eine selbstverständliche Aufgabe der Medien, umfassend, vielfältig und unabhängig zu

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

MEDIENPROGRAMM

LATEINAMERIKA

DR. KARLA SPONAR

März 2008

www.kas.de

[Medienprogramm Lateinamerika](#)

informieren – und dabei durchaus auch zu unterhalten sowie weiterzubilden. Doch kommen die Medienmacher dieser Bestimmung noch ausreichend nach? Die Masse der Information ist im Zuge neuer Technologien gewachsen. Aber welche Qualität hat diese Information? Wer produziert sie? Wozu dient sie? Und welche Informationen erhalten die Bürger selten, nur gegen Bezahlung oder gar nicht?

An einem Beispiel lässt sich hochrechnen, wie leicht oder wie schwer es Bürgern gemacht wird, zur informierten Schicht zu gehören oder ausgeschlossen zu bleiben: In Mexiko kostet der Zugang zum Breitbandkabel monatlich 37 US Dollar, in Japan 75 US Cent, in Frankreich 1,51 US Dollar und in den USA sechs US Dollar. Wer in Frankreich einen Vertrag für eine unbegrenzte Anzahl von Telefonaten schließt, inklusive Zugang zu Fernsehangeboten und Internet, muss rund 30 Dollar zahlen; in Mexiko hingegen steigt diese Ausgabe um das Siebenfache auf über 200 Dollar.¹

Die Medienlandschaft in Lateinamerika zeigt beispielsweise, was es bedeutet, wenn nur wenige offene, also kostenlose, Rundfunksender der Allgemeinheit zur Verfügung stehen, dafür aber – von wenigen Ausnahmen abgesehen - meist direkt vom Staat abhängen oder staatsnah arbeiten. Dem stehen die privaten Kanäle gegenüber, die sich in wenigen Händen konzentrieren und sich außerdem an die öffentliche Aufgabe wenig bis gar nicht gebunden fühlen müssen, weil es keine wirksamen Kontrollorgane gibt, wie etwa ein Bundeskartellamt, binnenplurale Rundfunkräte oder eine Kommission zur Ermittlung von Medienkonzentration, die eine Kurskorrektur anmahnen, geschweige denn durchsetzen könnten.

Eine neue Rolle für die Vierte Gewalt

Die Frage, *wozu dient eine Information*, beschäftigt Medienbeobachter auf internationaler Ebene umso mehr, seit die technologi-

sche Konvergenz neue Übermittlungswege in Aussicht stellt: Fernsehen im Mobilfunk, Internet im Fernsehen, Rundfunk im Internet. Mit diesen technischen Neuerungen geht eine strukturelle einher: Die Inhalte liefern nicht mehr ausschließlich professionelle Journalisten, sondern zunehmend auch Anbieter, die aus fachfremden Bereichen kommen und in ihren Angeboten eigene Interessen an erster Stelle verbreiten wollen, ohne sich an die klassischen journalistischen Grundsätze gebunden zu fühlen. Schon jetzt erleben vor allem lateinamerikanische Journalisten, dass deren investigative, aufwändige Recherchen von den Cheftagen in den Medienhäusern zugunsten einer Sensations-, Service- oder Animationsberichterstattung stark zurückgedrängt werden.

Einen anderen Vorstoß wagen zivilgesellschaftliche und Nichtregierungsorganisationen wie zum Beispiel die kolumbianische „Medios para la paz“, die argentinische „Asociación civil para los derechos humanos“ oder die mexikanische AMEDI (einzige nationale Vereinigung der Medienrechtler in Lateinamerika), die ihre Interessen in den Medien nicht gewahrt sehen und ihren Einfluss hier geltend machen wollen. So sind Stimmen lauter geworden, die der vierten Gewalt ausdrücklich eine präventive Rolle zusprechen. Sie stünde den Medien besonders gut an, wo Konflikte schwelen und zu eskalieren drohen. Doch davon sind die Medien, ebenso wie die Zivilisation des 21. Jahrhunderts von Kants Grundsätzen

Zum ewigen Frieden, noch weit entfernt. In der global entgrenzten Welt beeinflussen Medien mehr als je zuvor das Bild, das sich Menschen von Politik und Gesellschaft machen. Umso wichtiger wäre es, diesem Umstand auch dann Rechnung zu tragen, wenn in Friedensverträgen die Form des Zusammenlebens zwischen ehemals verfeindeten Lagern sowie die künftige Struktur einer Gesellschaft in einem ehemaligen Konfliktgebiet ausgehandelt werden.

In einem Friedensvertrag sollte also die Rolle der veröffentlichten Meinung weitaus mehr beachtet werden, und zwar in der Weise, dass darin zum einen die öffentliche

¹ Raúl Trejo Delarbre: *Convergencia para pocos*. Boletín de prensa de la Universidad Autónoma Metropolitana 27.2.2007.

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

**MEDIENPROGRAMM
LATEINAMERIKA**
DR. KARLA SPONAR

März 2008

www.kas.de

[Medienprogramm Lateinamerika](#)

Aufgabe der Medien konzipiert wird und zum anderen auch der Aspekt, wie ein vielfältiges, unabhängiges Mediensystem in einer postkonfliktiven Gesellschaft strukturiert sein müsste.

Doch das wird in der politischen Kommunikation in der Situation nach dem Konflikt selten ausführlich betrachtet. Wohl aber haben Unternehmer erkannt, wie sie die Medien für ihre Zwecke einsetzen müssen, um ihre Interessen zu wahren. Politiker sind ihrerseits unter Zugzwang geraten, seit Medienimperien in Händen weniger Geschäftemacher so leicht wachsen konnten.

Murdoch als Chiffre

In Lateinamerika ist das Presse-Echo dazu erst so richtig aufgeblüht, nachdem Rupert Murdoch mit dem Kauf des Wall Street Journal von sich reden machte. Viele Journalisten auf dem Subkontinent haben darauf prompt reagiert – so prompt, dass man geradezu annehmen muss, es habe ihnen schon lange unter den Fingernägeln gebrannt, dieses Thema anzusprechen. Jetzt erst schien der Zeitpunkt richtig, alle Sorgen dazu publik zu machen. Sorgen um die Presse im angelsächsischen Raum, ein wenig auch um die in China, jedenfalls geht es um Sorgen zur weltweiten Medienlandschaft. Nicht etwa um Sorgen über die Medien im eigenen Land. So, als habe es den Hinweis der Organisation Amerikanischer Staaten nicht gegeben, in dem der Generalsekretär José Miguel Insulza Anfang Juni 2007 ausdrücklich darauf hinwies, dass der Staat nicht der einzige ist, der die Meinungsfreiheit begrenzt. „Ein weiterer sehr wichtiger Grund ist die Konzentration des Medienbesitzes in wenigen Händen,“ schob Insulza nach, um keinen Zweifel an den Konsequenzen zu lassen: „Unter diesen Umständen kommt es häufig vor, dass die Menschen nicht alle Sichtweisen zu einem Sachverhalt erhalten, der sie angeht.“

Das weitgehend ausgeblendete Thema der Medienkonzentration und ihrer Folgen für die Öffentlichkeit sind selbst ein Beispiel dafür. Hier und da sprechen es die Universitäten an. Eine kontinuierliche nationale Untersuchung dazu fehlt in den meisten Ländern,

ganz zu schweigen von einer Analyse auf überregionalem Niveau. Das Lateinamerika weit forschende *Instituto Prensa y Sociedad* (Institut für Presse und Gesellschaft, IPYS) hat vor sieben Jahren eine umfangreiche überregionale Studie über die Konzentration der Medien in Angriff genommen. Über fünf Jahre dauerte die aufwändige Recherche mit vielen Hindernissen. Mühselig haben die Autoren der Studie, die Medienexperten Guillermo Mastrini und Martin Becerra, die Informationen zusammen suchen müssen. Ende 2006 wurde das Werk unter dem Titel „Journalisten und Magnaten“ („Periodistas y Magnates“) öffentlich vorgestellt. Bis dahin waren die meisten Daten hoffnungslos veraltet. Dennoch ist es bisher das einzige Dokument, das Daten Länder übergreifend in Lateinamerika zur Medienkonzentration öffentlich zugänglich gemacht hat.

Gebündelte Signale und Inhalte

Die Landkarte der Medien und ihrer Eigner gibt in der Tat zu denken: Die größten Medienhäuser in der Region werden von einzelnen oder wenigen Familien betrieben.

Laut Javier Corral, dem Präsidenten der mexikanischen Organisation für den Informationszugang (AMEDI), ist das Fernsehen auf dem Subkontinent in den Händen von 19 Personen. In Venezuela ist von den großen Medienunternehmern lediglich noch Cisneros fest im Geschäft geblieben, nachdem der venezolanische Präsident Hugo Chavez den beim Publikum weitaus beliebteren und auch regierungskritischeren Sender RCTV von Marcel Granier per Dekret von oben schließen ließ. In Kolumbien steht Julio Mario Santodomingo als Eigner von TV Caracol an der Spitze der einflussreichsten Medienunternehmer. In Mexiko gehört die Fernsehwelt im wesentlichen zwei Familien: Hinter Televisa steht die Familie Azcárraga - TV Azteca wird von Ricardo Salinas Pliego mit seinen beiden Partnern Pedro Padilla Longoria und Luis Echarte Fernández betrieben. Azcárraga betreibt derzeit eine aggressive Expansionskampagne in Südamerika. Den Umsatz des Televisa-Eigners schätzt die argentinische Zeitschrift *Fortuna* (vom 11.06.2007) auf 3,5 Milliarden US-Dollar pro Jahr. Azcárragas Geschäftsgebah-

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

MEDIENPROGRAMM

LATEINAMERIKA

DR. KARLA SPONAR

März 2008

www.kas.de

[Medienprogramm Lateinamerika](#)

ren dehnt sich jetzt auf Verlagshäuser aus: Der Besitzer von Televisa hat gerade den argentinischen Verlag Atlandida erstanden und damit seine Position als bereits weltweit größter spanischsprachiger Fernsehproduzent weiter ausgebaut. In Argentinien wiederum kontrolliert das Unternehmen Telefónica den reichweitenstarken Sender Telefó – früher im Besitz der Familie Vigil – zusammen mit Mudrochs News Corporation.

Es kann sehr aufschlussreich sein, die wirtschaftlichen Aktivitäten der Medienunternehmen in anderen Branchen zu kennen. Ein Beispiel ist der argentinisch-uruguayische Streit um eine neue Papierfabrik in der Grenzregion Gualeguaychu. Berichte in argentinischen Medien dazu rücken die Umweltproblematik nur von einer bestimmten Warte aus in den Vordergrund: nämlich welchen Schaden die neue Fabrik von uruguayischem Boden aus anrichten wird. Von unabhängigen vergleichenden Analysen alter und neuer Umweltsysteme in den Papierfabriken erfährt die breite Öffentlichkeit kaum etwas. Dass daran führende Medienunternehmen offensichtlich kein Interesse haben, erstaunt weniger. Denn die wichtigste Papierfabrik in Argentinien gehört mehrheitlich Ernestina Herrera de Noble und Héctor Magetto. Sie besitzen daneben die auflagenstärkste Tageszeitung Clarin, sowie bedeutende Anteile an den wichtigsten Fernseh- und Radiosendern, darunter den TV-Canal 13, die Kabelsender TN, Metro und Magazin, sowie den Fußballsender TyC, die Fußballübertragungsrechte und andere Kabelsender, außerdem Radio Mitre und Anteile an zwei der wichtigsten Zeitungen im Landesinneren: La Voz del Interior und Los Andes. Sie besitzen das weitaus größte Kabelfernseh-System mit der Fusion Cablevisión-Multicanal – alles in allem eine geballte Meinungsmacht auf dem Informationsmarkt, die sich in cross medialen Aktivitäten versteckt.

In Brasilien heben sich unter anderem die Familien Sirotsky (Gruppe RBS) und die Familie Frias hervor (Zeitung Folha). O Globo, das zweifellos größte Medienunternehmen Brasiliens ist in den Händen der Familie Marinho, die mit dem mexikanischen Unternehmer Carlos Slim zusammen arbeitet.

Letzterer gilt als der zweitreichste Mann der Welt, nach Bill Gates. Slim gehört ein Dutzend verschiedener Großunternehmen. Inzwischen wissen Kenner der Szene, dass er sich auch auf dem Fernsehmarkt beteiligen will. Sein Hauptgeschäft aber sind nach wie vor Mobile Telefonie und Kabelfirmen – in Mexiko ist er alleiniger Herr darüber.

Im Zeitalter der technologischen Konvergenz beunruhigt das Medienexperten gleich mehrfach. Denn im Zuge der neuen technischen Entwicklungen geht der Trend dahin, visuelle Signale (Fernsehen) sowie Audio-Signale (Telefonie) und das Internet zu bündeln. Das eröffnet neue Spielräume für die informationsbedürftige Gesellschaft. Aber auch die Risiken liegen auf der Hand. Der kritische Medienbeobachter Javier Corral hält gar die Entwicklung der technologischen Konvergenz „für einen Vorwand großer Unternehmen, um das radioelektrische Spektrum zu erobern“. Der EX-Senator der mexikanischen regierenden Partei PAN redet nicht im luftleeren Raum. Er hat in seinem eigenen Land mit dem Rundfunkduopol von Televisa und TV Azteca sowie mit Carlos Slim anschauliche Beispiele für das, was er befürchtet.

Der moderne Bürger Kane

Selten und wenn, dann versteckt, ohne erklärenden Zusammenhang, informieren dazu Medien auf dem Subkontinent. Umso ausführlicher widmeten sie sich Rupert Murdochs Kauf des Wall Street Journal. Anders als Miguel Angel Gonzales setzte Murdoch seinen Namen bewusst ein, solange, bis er ein Synonym wurde für *den* globalen Besitzer eines weltweiten Imperiums in der Informationsindustrie. Murdoch beschränkt sich nicht darauf, Wahlhilfe zu leisten – wobei er offenbar mal Kandidaten von der einen, mal von der anderen Seite unterstützt - sondern versorgt auch Ex-Politiker mit Jobs, benutzt seine Medien, um Rivalen anzugreifen oder seine Verbündete groß herauskommen zu lassen – oberste Priorität aber haben seine Finanzinteressen, weiß ein Autorenteam das seine Recherchen dazu in der New York Ti-

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

MEDIENPROGRAMM

LATEINAMERIKA

DR. KARLA SPONAR

März 2008

www.kas.de

[Medienprogramm Lateinamerika](#)

mes veröffentlichen konnte.² Murdoch ist ein Modell für Medienmogule, das am besten in Lateinamerika umgesetzt wird, glaubt José Carreño Carlón von der Universität Iberoamericano. Der Ex-Leiter verschiedener mexikanischer Zeitungen und Journalismusprofessor zitiert den Fachkollegen Brian Mcnair von der Universität Glasgow, um das Modell Murdoch genauer zu beschreiben: „ideologisch engagiert und politisch intervenierend, aber auch eiskalt pragmatisch, bereit, Positionen zu wechseln, wenn die Zeit dafür gekommen ist.“ Den Australier und Besitzer von rund 170 Zeitungen weltweit sieht Fabian Vallas in der Zeitung „El Peruano“ als die Inkarnation des modernen Bürgers Kane aus Orson Welles visionärer Filmwelt.

Enger Spielraum für Journalisten - weniger Information für alle

Es muss wie ein Symptom erscheinen, wenn sich auf dem Subkontinent Autoren erst dann grundsätzliche Gedanken über die Folgen der Medienkonzentration machen, wenn es um Entwicklungen im Ausland geht. Das hat nichts mit fehlendem Mut zu tun. Sondern mit der Erfahrung von Konsequenzen, die ein kritischer Journalismus nach sich ziehen kann. Die hohe Aufmerksamkeit für den Verkauf des Wall Street Journal einerseits und das weitgehende Schweigen über die eigene Wirklichkeit andererseits – sind demnach zwei Seiten einer Medaille. Die Autoren schreiben über Murdochs Aktivitäten in einer Art Chiffre; sie thematisieren dabei, was sie aus eigener Erfahrung kennen: einen Markt, dessen Spielraum sich verengt, den wenige Medienszaren unter sich aufteilen und der den Journalisten droht, die Kehle abzuschneiden. Scharenweise treten Nichtregierungsorganisationen dagegen seit Jahren an, organisieren Aus- und Fortbildungen für Journalisten, publizieren Handbücher, organisieren eine Vortragsreihe nach der anderen, füllen Seminare mit den Stars des spanisch- und englisch sprechenden Journalismus und dennoch bleiben all diese Aktivitäten nicht mehr als ein Tropfen auf den

heißen Stein. Wertvolle Initiativen – doch sie werden aller Voraussicht nach nur wenig bewegen, solange kein Wille existiert, das Problem von der Wurzel her zu behandeln.

Die Realität dürfte inzwischen widerlegt haben, dass der Markt von selbst für Meinungsfreiheit, Medienvielfalt und unabhängige Information sorgt. Die UNESCO-Konvention zum Schutz der kulturellen Vielfalt ist darauf eingegangen.³ Es ist das erste Dokument, das Chancen hat, eine ernsthafte vertragsrechtliche Referenz zu werden für alle, die Medien nicht nur als Handelsware verstehen wollen und sich damit von dieser – vor allem von den USA bevorzugten – Haltung bisweilen distanzieren. Einige EU-Parlamentarier haben bereits begonnen, sich auf das Dokument zu beziehen. In Lateinamerika ist es bislang noch wenig bekannt. Doch ausgerechnet in Mexiko, im prototypischen Land der meinungsmächtigen Medienmonopole, bewegt sich einiges. Hier hat das medienrechtliche Urteil letztes Jahr im Juni viel aufgewirbelt: Darin erklärte das mexikanische Bundesverfassungsgericht das 2006 schnell zusammengeschusterte neue Rundfunkgesetz in entscheidenden Teilen für verfassungswidrig. Dieses Gesetz – bis dato nur noch zynisch „Ley Televisa“ genannt – hätte die Monopolisten Televisa und TV Azteca dauerhaft begünstigt und allen anderen potentiellen Anbietern auf lange Sicht die Beteiligung am Rundfunkmarkt so gut wie unmöglich gemacht. Es ist einem Zusammenspiel von verschiedenen Faktoren zu verdanken – engagierten Politikern, Richtern, Medienrechtlern und einer aufgerüttelten Öffentlichkeit – dass das „Ley Televisa“ vor dem Gericht nicht bestehen konnte.

Jetzt muss das neue Gesetz erst noch erarbeitet werden. Aber die kritische, selbstreflektierende Diskussion über die Bedeutung der Medien für die Entwicklung einer nach Demokratie strebenden Gesellschaft hat dadurch Aufwind erhalten. Es geht darum, sich immer wieder zu vergegenwärtigen, dass das Fernsehen nicht das Abbild der Wirk-

² Murdoch Reaches Out for Even More, in: The New York Times, 25.06.2007.

³ www.unesco.de

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

MEDIENPROGRAMM

LATEINAMERIKA

DR. KARLA SPONAR

März 2008

www.kas.de

[Medienprogramm Lateinamerika](#)

lichkeit und eine Demokratie nur solange funktionstüchtig ist, wie andererseits Medien vielfältig sowie einigermaßen unabhängig bleiben und in einem gesundem Wettbewerb zu einander stehen. Das genau aber ist der Pferdefuß – dies ist nicht nur in Lateinamerika so, hier aber in besonderer Weise. Denn auf dem Subkontinent erhalten Journalisten nicht selten sozusagen ihr Gehalt von Politikern, für deren Dienste sie offen eingespannt werden. Für die Redaktion müssen Journalisten nicht nur Interviews besorgen, sondern gleichzeitig offiziell auch Werbekunden akquirieren. Das schützt sie nicht davor, gleichwohl morgen aus dem Programm, respektive aus der Redaktion gestrichen zu werden. Heute noch *on air* und morgen Geschichte.

Auf der Suche nach der weggefallenen Information

Die Berichterstattung über Murdochs Gefahren auf dem globalen Medienmarkt gewinnt vor diesem Hintergrund eine doppelte Bedeutung. Denn im Umkehrschluss bedeutet der eingangs zitierte Satz von Kant: Was nicht verschwiegen werden darf, um Erfolg zu haben, ist sittlich und damit höchst geboten, weil im Einklang mit dem Recht. In diesem Fall geht es um das Menschenrecht auf Information, das schleichend ausgehöhlt wird.

Darüber wird zwar auf dem Subkontinent geschrieben – aber eben nur von einer Seite. Der interamerikanische Verlegerverband SIP tritt unermüdlich und lautstark für die Meinungsfreiheit auf dem Kontinent ein, schweigt aber auffällig zum Thema Medienkonzentration - ihre sichtbaren Folgen bleiben ausgeklammert. Meinungsfreiheit ist aber nur die eine Seite der Medaille – das Recht auf umfassende Information, die den Wettstreit der Meinungen und damit die politische Willensbildung von unten nach oben erst ermöglicht, ist die andere Medallenseite.

Solange keine Kriterien und keine Institutionen zur Verfügung stehen, die über diesen zweiten Aspekt wachen, bleibt Meinungsppluralität ein fernes Ziel, bleiben z. B. Kriterien auf der Strecke, die für Informati-

onsauswahl gelten, für die Darstellung von Informationen im erklärenden Zusammenhang, für eine kontinuierliche Berichterstattung, die nicht nur Marktregeln folgt, sondern auch der Logik, die öffentliche und damit demokratische Funktion der Medien zu erfüllen. Mit einem Wort: der Spielraum für die Berichterstattung wird reduziert zugunsten von Massenunterhaltung auf Kosten von Informationanteilen oder zugunsten von Meinungsmonopolen, die von staatlicher Seite drohen. In den Diskussionen um „TV pública“ geht es nämlich nur um unbezahltes Fernsehen – das Prinzip der *Staatsferne* wird nicht aufgegriffen.

Wenn die Kriterien für die Informationsauswahl verblassen oder eben von Medieneignern neu nach Maßgabe eigener Prioritäten definiert werden, dürfte die weggefallene Information interessanter und wichtiger werden als die Veröffentlichte.

Es wird in Lateinamerika insgesamt wenig unternommen, um den Handlungsrahmen für die Medien so zu gestalten, dass sie ihre öffentliche Aufgabe inklusive der Kontrollfunktion in der Gesellschaft ausüben können. Hinzu kommt, dass das Medienrecht an den meisten Universitäten ein Fremdwort geblieben ist. Medienrechtliche Urteile, die Kompetenz ausstrahlen, sind relativ selten oder werden nicht bekannt. Genau hier aber muss eine nachhaltige Politik ansetzen, die Fachleute heranbildet und dafür sorgt, dass das Wissen darüber, wo und wie die Gesellschaft sich künftig informieren wird, veröffentlicht wird – möglichst bevor Medienzaren die Kanäle verengen und alle Information nur noch aus wenigen Händen geformt werden - allein nach Maßgabe der Interessen von Medieneignern.