

# REVOLUTION 2.0: EIN SCHRECKEN FÜR AUTORITÄRE REGIME

DIGITALE KULTUR UND POLITISCHE  
KOMMUNIKATION IN LATEINAMERIKA

*Frank Priess*



Frank Priess ist  
Auslandsmitarbeiter  
der Konrad-Adenauer-  
Stiftung in Mexiko.

Als eines der letzten Länder der Welt hat Kuba im März 2008 seine Beschränkungen gegenüber Privatpersonen gelockert, Mobiltelefone zu besitzen und zu gebrauchen. Zuvor waren schon Beschränkungen für Computer und andere Elektronikartikel aufgehoben worden. Die Konsequenzen sind für jedermann sichtbar. Damit hat auch Kuba den Schritt in das digitale Zeitalter vollzogen. Besonders bedeutend für die politische Opposition ist dabei der neue Öffentlichkeits- und Sichtbarkeitseffekt: Der größte Wandel heute, so der stellvertretende Chefredakteur der Zeitung *Diario de Cuba* ([www.ddcuba.com](http://www.ddcuba.com)), Antonio José Ponte, ist, „dass die das Castro-Regime begründende Gewalt jetzt Zeugen hat, dass diese bereit sind zu sprechen und dass immer mehr Menschen auf der Welt zuhören wollen“.<sup>1</sup> Pablo Diaz von der gleichen Zeitung ergänzt optimistisch: „Die Revolution der neuen Technologien läutet das Ende der kubanischen Revolution ein. Das Internet hilft, die zu schützen, die auf der Insel leben, und die zu sensibilisieren, die draußen sind.“ Jorge Ramos Ávalos bringt es auf die einfache Formel: „Mehr Internet, weniger Diktatur. Die wirkliche Revolution hat die Form eines Handy.“<sup>2</sup> Die Chancen von Regierungen, die Verbreitung von Nachrichten über das Internet einzuschränken, hat Nicolas Negroponte in seinem Klassiker *Being Digital* schon vor fünfzehn Jahren zutreffend beschrieben: „Der Versuch, die Freiheit der Bit-Ausstrahlung einzuschränken, dürfte ebenso zum

1 | Antonio José Ponte, „Fin de la violencia sin testigos“, in: *El País*, Ausgabe Mexiko, 31. März 2010.

2 | Jorge Ramos Ávalos, „Más Internet, menos dictadura“, in: *Reforma*, México D.F., 31. März 2010.

Scheitern verurteilt sein wie die Bemühungen der Römer, die Ausbreitung des Christentums aufzuhalten.“<sup>3</sup> Die dort ebenfalls angesprochene Gefahr, dass „im Verlauf des Prozesses einige der frühen, tapferen Datenversender“ von den Löwen gefressen werden könnten, lässt sich in parallelen Verläufen von der Ukraine bis in den Iran leider auch bestätigen.

Deutlich wurde diese neue Lage beim Tod von Orlando Zapata Tamayo, der nach 85 Tagen im Hungerstreik gestorben war. Damit hatte er gegen seine unmenschlichen Haftbedingungen protestiert. Via Handy-Kameras

**Die Revolution der neuen Technologien läutet das Ende der kubanischen Revolution ein. Das Internet hilft, die zu schützen, die auf der Insel leben, und die zu sensibilisieren, die draußen sind.**

gingen die Bilder der Trauernden um die Welt, seine Mutter kam im Blog von Yoani Sanchez, Generación Y, direkt zu Wort – einem wirkungsvollen Medium, das mittlerweile auch durch eine Preisvergabe der Deutschen Welle gewürdigt wurde und das

16.000 Anhänger in Twitter sowie 4.400 Facebook-Fans aufweist. Oppositionelle Demokraten verabredeten sich – ebenfalls mittels Handy – zu Demonstrationen und zur Beerdigung. Neu dabei war auch, dass nun eine leichtere Identifizierung der Schergen des Regimes möglich wurde, die aus anderen Bezirken zur Störung anrückten. Die Weitergabe ihrer Fotos per Mobiltelefon führte zu einer leichten Identifizierung.

Die Informationsunterdrückung der Regierung jedenfalls gelangt offenkundig an ihr Ende – selbst in offiziellen Medien ließen sich die Vorgänge nicht mehr verschweigen. Dies löste eine Bewegung aus, deren Folgen noch nicht abzusehen sind: Vor allem aber machten sie den Menschenrechtlern deutlich, dass sie nicht alleine stehen. Entsprechend geht es jetzt darum, ihre Ausstattung mit moderner Technologie zu verbessern und Restriktionen der kubanischen Regierung zu unterlaufen. Diese greifen etwa bei der Einfuhr von Satellitentelefonen, die eine Umgehung kontrollierter Anbieter auf der Insel erlauben. Manchmal sind allerdings auch schon kleine Hilfsmittel wie ein simpler USB-Stick von großem Nutzen, etwa, wenn es um die Weitergabe von Texten, Präsentationen, unterdrückter

3 | Nicolas Negooponte, *Total digital – die Welt zwischen 0 und 1 oder die Zukunft der Kommunikation* (München: Bertelsmann, 1995).

Literatur oder Fotodokumenten geht oder um den Aufbau unabhängiger digitaler Bibliotheken: Im Gegensatz zu ihren „materiellen“ Vorgängern sind sie zudem ungleich schwerer zu beschlagnahmen und leichter zu reproduzieren.

Schon jetzt ist klar, dass diese Technologien eine stärkere Partizipation außerhalb offizieller Kanäle und die Entstehung einer Zivilgesellschaft auf der Insel erleichtern wird. Aktuelle Studien – von denen es gerade auf empirischer Basis in Lateinamerika viel zu wenige gibt – weisen auf einen interessanten Zusammenhang hin. Carmen Beatriz Fernández betont: „Gerade in den Ländern, wo der Grad der wirtschaftlichen Freiheit besonders niedrig ist, werden die neuen Technologien am häufigsten für *Cyberaktivismus* eingesetzt.“<sup>4</sup> In Ländern mit einer ausgebauten Kommunikationsinfrastruktur und sicher etablierter Pressefreiheit scheint dies weniger erforderlich. Hinzu kommt – nicht nur für Lateinamerika, sondern auch für andere Entwicklungskontinente – dass die neuen Technologien der Bevölkerung gerade dort helfen, wo ausgebaute terrestrische Netzinfrastrukturen fehlen. Mobiltelefon und Computer ermöglichen Funktionen, die dort bisher so nicht möglich waren, bis hinein in den Bereich von Finanzdienstleistungen.

## VERÄNDERUNGEN DER POLITISCHEN KOMMUNIKATION

Nicht nur in autoritären Systemen zeigen sich dabei die Veränderungen durch neue mediale Technologien und ihre Anwendung: Als vor Kurzem in Mexiko

zwei Studenten der Eliteuniversität TEC in Monterrey bei einem Feuergefecht zwischen Polizei und Drogengangstern zwischen die Fronten gerieten und starben, waren es ihre

Kommilitonen, die per Twitter schnell für eine authentische Wiedergabe der Vorgänge sorgten und offizielle Stellungnahmen relativierten. Der mexikanische Neuen-Medien-Experte Octavio Islas schreibt das „symbolische Kapital“ und die internationale Hilfe, die in seinem Land der berühmte Subcomandante Marcos und seine Zapatisten-Guerilla in Chiapas erreicht haben, vor allem den

**Interessant ist, dass es gerade innerhalb der Indígena-Bewegungen eine immer stärkere Nutzung des Internets für Mobilisierung und Aktivismus gibt.**

4 | Carmen Beatriz Fernández, *Ciberpolítica – Como usamos las tecnologías digitales en la política latinoamericana?* (Buenos Aires: KAS-Programa Regional Medios de Comunicación y Democracia en Latinoamérica, 2008).

Unterstützer-Netzwerken im Internet zu.<sup>5</sup> In Argentinien lieferten sich Gegner und Befürworter von Präsidentin Cristina Fernández de Kirchner regelrechte Online-Schlachten, wobei der Journalist Pedro Cifuentes anmerkt: „Die ungeteilte öffentliche Meinung ist, dass diese virtuellen Plattformen keine Unentschiedenen überzeugen, sondern die Überzeugungen derer stärken, die sich beteiligen. Auch sind sie natürlich wichtig bei der Koordinierung von Versammlungen und Demonstrationen in der realen Welt.“<sup>6</sup> Verbale Exzesse, durch die Anonymität im Netz erleichtert, ließen zudem Zweifel an der Unabhängigkeit der Aktivisten von bestimmten politischen Parteien aufkommen.

**Regierungen in ganz Lateinamerika versuchen seit Jahren mit unterschiedlichen Methoden, die Nutzung von Computer und Internet zu fördern, von Kursen und Schulungen für alle Bevölkerungsgruppen bis zur Bereitstellung einer entsprechenden öffentlichen Infrastruktur.**

Die Nutzung der alternativen Medien durch soziale Bewegungen bestätigt die mexikanische Cyberaktivistin Martha Zapata Galindo: „Politische und Soziale Bewegungen nutzen das Internet zur Organisation, Koordination und auch für den Cyberaktivismus.

Interessant ist, dass es gerade innerhalb der Indígena-Bewegungen eine immer stärkere Nutzung des Internets für Mobilisierung und Aktivismus gibt.“<sup>7</sup> Konkrete Aktionen würden allerdings parallel auch offline organisiert, da der Zugang zu entsprechenden Technologien nach wie vor gering sei. Mittlerweile unterstützten aber Organisationen wie die UNESCO – zum Beispiel in Peru – gerade Indígena-Gemeinden bei der Nutzung des virtuellen Raums. Verschiedene Anbieter in Lateinamerika, die auf Gebühren verzichteten, erleichterten die Arbeit. Gleichzeitig allerdings, so Zapata Galindo, könne sich die digitale Kluft zwischen denen, die aufgrund von Wissen und ökonomischen Möglichkeiten Zugang zu den neuen Techniken hätten, und denen, die darauf verzichten müssten, weiter vertiefen.

5 | Vgl. Octavio Islas, Carlos Enrique López und Fernando Gutiérrez, „La propaganda por la Presidencia de la República en Internet“, in: *Revista Mexicana de Comunicación* (September / Oktober 2000), S. 16 - 20.

6 | Pedro Cifuentes, „Kirchner sí, Kirchner no, 2.0“, in: *El País*, Ausgabe Mexiko, 16. Februar 2010.

7 | Martha Zapata Galindo, „Es gibt im Internet die Möglichkeit, alle Grenzen und Kontrollen zu überschreiten“, in: Interview mit den *Lateinamerika Nachrichten*, Ausgabe 372 – Juni 2005.

Hier und auch in anderen sozialen Netzen ist längst eine Gegenöffentlichkeit für all das entstanden, was sich in den klassischen Medien so nicht findet – zum Teil auch, weil es der aus unterschiedlichsten Gründen geübten Selbstzensur von Journalisten und Medieneignern unterliegt. Allerdings fallen damit auch professionelle Filter weg, auf die sich der Nutzer bei der Einschätzung des Wahrheitsgehaltes einer Nachricht in der Regel verlassen konnte. Dies wird jetzt bestenfalls durch die Selbstkontrolle und andere Nutzer im Netz ersetzt – nach der Wikipedia-Methode.

Regierungen in ganz Lateinamerika versuchen seit Jahren mit unterschiedlichen Methoden, die Nutzung von Computer und Internet zu fördern, von Kursen und Schulungen für alle Bevölkerungsgruppen bis zur Bereitstellung einer entsprechenden öffentlichen Infrastruktur. Nicht zuletzt auf kommunaler Ebene gibt es vielerorts Initiativen, das Internet auch für Formen des e-government zu nutzen und vor allem die Transparenz öffentlicher Verwaltungen zu erhöhen. In Ländern mit endemischer Korruption ist dies ein besonders lohnendes Vorhaben. Mexiko versucht etwa, die Ausschreibung öffentlicher Aufträge auf diese Weise zugänglich zu machen, Chile fördert Steuerzahlungen über das Netz. Vielfach ist auch ein Effizienzgewinn für die Bürger spürbar. Gleichzeitig stellen sich – wie überall auf der Welt – auch alle Fragen von Datenschutz und Cyberkriminalität, auf die man in Lateinamerika nicht gut vorbereitet ist.

## **ÜBERLEBENSKAMPF DER ZEITUNGEN**

Speziell für die Zeitungen bringt dies erhebliche Veränderungen und führt zu einem Kampf ums Überleben – der Rückgang des klassischen Anzeigenaufkommens, das ins Internet abwandert, ist dabei ein besonders gravierender Aspekt. Mittlerweile ist die Zahl der Internet-Nutzer fast überall deutlich höher als die der Zeitungleser, speziell bei den Jugendlichen. „Heute“, so Lydiette Carrión, „existiert der Journalist oder Autor, der nicht im Netz ist, einfach nicht mehr.“<sup>8</sup>

8 | Lydiette Carrión, „Periodismo en la blogósfera – la panacea?“, in: *DFensor*, 2 (Februar 2010), Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal, S. 17 - 18.

Mexiko und Brasilien seien dabei nach einer Studie der Jahre 2008/2009 die Länder mit dem schnellsten Wachstum des Cyberspace in Lateinamerika. In Argentinien und Chile sind mittlerweile fast fünfzig Prozent der Bürger online. Auf ganz Lateinamerika gerechnet sind es rund dreißig Prozent. In Kuba sogar nur 12,7 %. In Brasilien verbringen die Web-Nutzer nach Angaben von *ComScore* täglich 6,18 Stunden online, in Mexiko sind es vier. Laut einer McKinsey-Studie verbringen Jugendliche heute nur die Hälfte der Zeit vor dem Fernsehen, die Erwachsene dort zubringen, ihr Internet-Konsum allerdings übersteigt den der Älteren um rund 600 Prozent. Bei der Ausstattung mit Mobiltelefonen ist in Ländern wie Argentinien, Brasilien, Mexiko und Venezuela statistisch mittlerweile fast eine Vollversorgung erreicht.

### **DIE PARTEIEN RÜSTEN NACH**

Ließ sich bis zum Jahr 2000 noch kaum ein Effekt der Internet-Kommunikation bei Wahlen nachweisen, hat sich das Bild mittlerweile stark gewandelt. So lässt sich nachweisen, dass bei Präsidentschaftswahlkämpfen in Brasilien, Venezuela, Mexiko und Kolumbien schon 2006 ein intensiver Internet-Einsatz erfolgte, während in Bolivien, Chile und Costa Rica davon noch wenig zu sehen war. Und das, obwohl Autoren wie Michael Cornfield für die USA schon 2004 einen erheblichen Einfluss der digitalen Kommunikation auf das Wahlergebnis konstatierten: „Hat das Internet im Wahlkampf 2004 einen Unterschied gemacht? Ja. Die erfolgreichsten Kampagnen haben sich darauf gestützt, um Vorteile gegenüber den Wettbewerbern zu erzielen. Die Zahl der erwachsenen Amerikaner, die sich auf das Internet stützen, um die Kampagnen kennenzulernen, sich eine Meinung zu bilden, sich zu registrieren und zu wählen, ist schlicht zu groß, um beim endgültigen Stimmenabstand zwischen den Kandidaten etwas anderes zu denken.“<sup>9</sup>

Spätestens mit den Erfahrungen von Barack Obama in der US-Auseinandersetzung des Jahres 2008 wurde der Durchbruch geschafft, auch wenn die Bedingungen im Norden

9 | Michael Cornfield, „The Internet and Campaign 2004: A look back at the campaigners“, in: Website Pew Center; <http://www.pewinternet.org/> [20.04.2010].

des Kontinents sich von denen im Süden noch deutlich unterscheiden: Die USA sind in vielen Aspekten der Wahlkampfkommunikation eher die große internationale Ausnahme als das internationale Vorbild. Die Nachahmer sind – mehr oder weniger erfolgreich – auch in Lateinamerika unterwegs. Besonders deutlich war dies noch vor wenigen Monaten im chilenischen Präsidentschaftswahlkampf zu beobachten, wo der siegreiche Kandidat Sebastian Piñera seine Web-Seite erfolgreich zu einem virtuellen Kommunikationszentrum ausbaute – mit einem Schwerpunkt auf den Partizipationsmöglichkeiten möglicher Unterstützer. Allein auf Twitter folgten über 30.000 Nutzer seinen täglichen Kampagnenaktivitäten – stolz erklärte er sich auf Facebook zum erfolgreichsten Twittero des Landes. Per Blackberry wurden die Anhänger vom Kandidaten permanent auf dem Laufenden gehalten – z.B. mit Anekdoten anlässlich seines Europa-Besuchs bei den Präsidenten Sarkozy und Zapatero.

**Ließ sich bis zum Jahr 2000 noch kaum ein Effekt der Internet-Kommunikation bei Wahlen nachweisen, hat sich das Bild mittlerweile stark gewandelt. So lässt sich nachweisen, dass bei Präsidentschaftswahlkämpfen in Brasilien, Venezuela, Mexiko und Kolumbien schon 2006 ein intensiver Internet-Einsatz erfolgte, während in Bolivien, Chile und Costa Rica davon noch wenig zu sehen war.**

Für Rafael Rubio Nuñez zeigt sich hieraus: „Die soziopolitische Situation und die neuen Instrumente zwingen die Parteien geradezu zur Öffnung für die Menschen mittels der Kanäle, die den Direktkontakt mit der Gesellschaft erlauben und die direkte Vermittlung der eigenen Botschaft ohne vermittelnde Instanzen zulassen.“<sup>10</sup> Das setzt natürlich voraus, dass eine glaubwürdige Botschaft existiert, denn letztlich ist auch das Internet ein Werkzeug, das Werte, Inhalte und Strategie nicht ersetzen kann. Dem Glaubwürdigkeitsverlust von Parteien und Politik wird allein mit technologischer Aufrüstung nicht zu begegnen sein. „Das Publikum beginnt“, so der argentinische Marketing-Experte Carlos Fara, „die Techniken des politischen Marketings zu durchschauen und es wird immer schwieriger, glaubwürdig und authentisch zu erscheinen. Wenn man die Geheimnisse des Zauberers durchschaut hat, verlieren die Tricks ihren Sinn.“<sup>11</sup>

10 | Rafael Rubio Nuñez, „La nueva comunicación política – lenguaje, blogs, videoblogs y comunidades sociales“, in: *Bien Común* / FRPH (México: D.F., Oktober 2007), S. 38 - 48.

11 | Carlos Fara, „Locos por el marketing“, in: *Imagen* 58/2002 (Buenos Aires), S. 23 - 25.

## NICHTS FÜR KONTROLL-FREAKS

Oft, so Carmen Beatriz Fernández, würden aber selbst diese technischen Möglichkeiten von lateinamerikanischen Kandidaten auf ihren Websites nicht voll ausgeschöpft: „Sie dienen schlichtweg als Anschlagtafeln für Informationen und bieten dem Nutzer wenige Möglichkeiten zur Interaktion“, so die venezolanische Expertin. Interaktion allerdings muss auch gewollt sein: US-Kampagnen im Internet wie die von Barack Obama oder zuvor schon von Howard Dean – mit seinem Wahlkampfmanager Joe Trippi ein Pionier auf diesem Gebiet – waren nur deshalb so erfolgreich, weil keine Wahlkampfleitung ständig von oben versuchte, kontrollierend und regulierend einzugreifen.<sup>12</sup>

Man muss sich entscheiden: Will man die Kreativität der Internet-Gemeinschaft für den eigenen Kandidaten und die eigene Botschaft nutzen – deren Attraktivität für diese

Zielgruppe vorausgesetzt – so geht dies nur, wenn man ihr entsprechende Freiheiten lässt. Das ist speziell in oft rein hierarchisch und auch autoritär-patriarchalisch organisierten Strukturen vieler lateinamerikanischer Parteien ein Hindernis. Zudem: wer mitmacht, will auch mitbestimmen – und ob das von der politischen Führung immer gewünscht ist, muss angefragt werden.

**Laut einer McKinsey-Studie verbringen Jugendliche heute nur die Hälfte der Zeit vor dem Fernsehen, die Erwachsene dort zubringen.**

Immerhin zeigen die Erfahrungen, dass über das Internet nun auch Parteien und Kandidaten eine wirkungsvolle Plattform haben, die sich teure Medienauftritte eigentlich nicht leisten können – besonders dann, wenn sie auf web-affine Zielgruppen und deren Multiplikatorfunktion bauen. Insgesamt allerdings lässt sich nicht nachweisen, dass Wahlkampagnen mit diesen neuen Möglichkeiten wirklich billiger geworden sind. Ein besonders drastisches Beispiel dafür ist das mit einer überaus üppigen staatlichen Finanzierung ausgestattete Parteiensystem in Mexiko.

## POLITIKER AUF ALLEN KANÄLEN

Für viele Politiker gehört es mittlerweile auch in Lateinamerika zum guten Ton, in virtuellen sozialen Gemeinschaften wie Flickr, YouTube oder Facebook präsent zu

12 | Vgl. Joe Trippi, *The Revolution will not be televised – Democracy, the Internet and the overthrow of everything* (New York: Harper Collins, 2004).



sein und die Gefolgschaft mit ihren Kurznachrichten zu versorgen. Junge Abgeordnete und die Jugendorganisationen der Parteien spielen dabei meist eine Vorreiterrolle. Sich besonders menschlich, bürgernah und zugänglich zu präsentieren, kann allerdings auch zu unfreiwilliger Komik führen – besonders dann, wenn Sein und Image nicht recht zusammenpassen. Das war allerdings auch im Fernsehzeitalter nicht anders.

Erwiesen hat sich in den jüngsten Kampagnen, dass das Internet auch für alle Formen von *negative campaigning* ein besonders dankbares Feld darstellt, lässt sich doch die Autorenschaft der Botschaften meist hinreichend gut verschleiern. Octavio Islas spricht dabei von regelrechten *ciberguerrilleros*. Vieles, was seinen Ausgangspunkt in anonymen Botschaften im Netz hat, findet schnell den Weg in die etablierten Kommunikationskanäle und die klassischen Massenmedien. Hacker-Angriffe auf gegnerische Web-Seiten gehören inzwischen ebenfalls zum Arsenal der Auseinandersetzung. „Das Internet“, so Esther Dyson schon 1997, „ist ein großartiges Medium für Verschwörungen, das Fernsehen dagegen für Propaganda.“<sup>13</sup>

Umgehen lassen sich im Internet auch Vorgaben nationaler Wahlgesetzgebung, etwa bei Sperrfristen für die Veröffentlichung von Umfragen in den Tagen unmittelbar vor Wahlen. Einen solchen Kampf gegen Windmühlen führt in Mexiko derzeit das nationale Wahlinstitut IFE: Negativkampagnen sind dort seit einer Wahlrechtsreform im Jahr 2007 explizit verboten – nun liegt das Kontroll- und Vollzugsproblem bei der Aufsicht. Eine Flut von Anzeigen betraf bei den Zwischenwahlen 2009 den virtuellen Raum, ließ die Behörde hilflos aussehen und entfachte – wie nicht anders zu erwarten – eine Debatte über eine stärkere Regulierung des Internets. Bisher allerdings haben sich diese Ideen nicht durchgesetzt. An ihrer Praktikabilität wäre ohnehin zu zweifeln – und etwas mehr Vertrauen in den mündigen Bürger und sein Urteilsvermögen kann auch im digitalen Zeitalter nicht schaden.

**Dem Glaubwürdigkeitsverlust von Parteien und Politik wird allein mit technologischer Aufrüstung nicht zu begegnen sein. „Das Publikum beginnt“, so der argentinische Marketing-Experte Carlos Fara, „die Techniken des politischen Marketings zu durchschauen und es wird immer schwieriger, glaubwürdig und authentisch zu erscheinen.“**

13 | Esther Dyson, *Release 2.0: Die Internet-Gesellschaft – Spielregeln für unsere digitale Zukunft* (München: Droemer Knaur, 1997).

Noch scheinen in Lateinamerika – bei allen Fortschritten im Internet-Bereich – die traditionellen Medien Hörfunk und Fernsehen in ihrer Wirkung klar überlegen. Viele lateinamerikanische Präsidenten – allen voran Venezuelas Hugo Chávez mit seinen Endlos-Sendungen „Aló Presidente“ – suchen über die TV-Kanäle ihren Direktzugang zum Bürger. Die Bemühungen, unliebsame Sender zu behindern oder ganz zu unterdrücken, unterstreichen die Einschätzung über das Wirkungspotenzial der „Klassiker“. Allerdings hindert dies nicht, auch dem Internet Zügel anlegen zu wollen: „Das Internet kann nicht frei sein, wo jeder machen und sagen kann, was er will“, ließ sich Chávez Mitte März auf einer Versammlung seiner Sozialistischen Einheitspartei vernehmen. Speziell Web-Seiten, die „den Geist vieler Menschen vergiften“, seien ihm ein Dorn im Auge. Und die Justiz seines Landes hat schon in der Vergangenheit auf entsprechende „Hinweise“ aus der Politik reagiert, etwa beim Versuch, die populäre Seite NoticieroDigital.com wegen „anonymer Diffamierung“ zur Rechenschaft zu ziehen. Mittlerweile verfüge der Staat unmittelbar über 731 eigene Kommunikationskanäle, so Peter-Alberto Behrens.<sup>14</sup>

**Erwiesen hat sich in den jüngsten Kampagnen, dass das Internet auch für alle Formen von negative campaigning ein besonders dankbares Feld darstellt, lässt sich doch die Autorenschaft der Botschaften meist hinreichend gut verschleiern.**

Andere Regierungen versuchen mit erheblichen Mitteln ihre Botschaften ins redaktionelle Programm von Medien zu drücken. Hiervon verspricht man sich eine höhere Glaubwürdigkeit als im Anzeigenbereich. Solche Verschleierungstechniken werden aus wirtschaftlichen Gründen von vielen Medien mitgemacht – neben der Rechtswidrigkeit steht hier in vielen Fällen die journalistische Berufsethik auf dem Spiel: Sie und strikte Professionalität aber sind nach wie vor die wichtigsten Wettbewerbsvorteile beim Kampf um die Aufmerksamkeit der Nutzer, Hörer, Seher und Leser. Dass ein auffälliger Glaubwürdigkeitsverlust bereits eingetreten ist, belegt Peter-Alberto Behrens an lateinamerikanischen Zahlen der Zeit zwischen 1995 und 2005.<sup>15</sup>

14 | Vgl. Peter Alberto Behrens, „Aló Presidente – Presse und Politik in Lateinamerika“, in: *KAS-Auslandsinformationen* 2/2010, S. 97 - 112.

15 | Vgl. Ebenda.

Parallel versuchen die klassischen Medienkonzerne, ihr Stück vom digitalen Kuchen durch die Verbindung von Fernseh-, Kabel-, Festnetz- und Mobilfunktelefonie-Angeboten, in Lateinamerika als Zukunftsgeschäft unter dem Namen *cuádruple play* bekannt, zu sichern und auszuweiten. Umgekehrt bemühen sich die Telefonkonzerne, im Markt der Programminhalte Fuß zu fassen. Hier besteht ein hoher medienrechtlicher Regelungsbedarf.

Aufmerksamkeit verdient bei all diesen Analysen die Frage, welche weitergehenden gesellschaftlichen Folgen das Vordringen neuer Technologien und die Veränderung der Medienlandschaft auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt und das Leben jedes Einzelnen haben – jenseits der unmittelbaren politischen Konsequenzen. Hier unterscheiden sich die Prognosen wissenschaftlicher Beobachter gerade für die demokratisch regierten Länder Lateinamerikas nicht von denen in anderen Teilen der Welt. Sie befürchten mit der Verlagerung der politischen Diskussion in den digitalen Raum einen Qualitätsverlust des öffentlichen Diskurses – mit Folgen für den gesamtgesellschaftlichen Zusammenhalt – zudem komplette Kontrolle, Reizüberflutung, Ohnmachtsgefühle und eine regelrechte „Versklavung“ des Menschen durch die permanent auf ihn einströmenden Anforderungen aus dem Cyberspace.

**Noch scheinen in Lateinamerika – bei allen Fortschritten im Internet-Bereich – die traditionellen Medien Hörfunk und Fernsehen in ihrer Wirkung klar überlegen.**

Ähnliche Stimmen waren allerdings auch schon zu hören, als das Fernsehen mit seinen vielen Talkshows das Debatte-niveau gepflegter Feuilletons dauerhaft deutlich unterschritt. Über Qualitätsansprüche lässt sich bekanntlich immer streiten – über den Zuwachs an Informationsmöglichkeiten und Partizipationschancen breiter Schichten durch die aktuell voranschreitende Ausweitung medialer Angebote dagegen kaum.