

UND TÄGLICH GRÜSST DAS STAATSOBERHAUPT

DIE MEDIENSTRATEGIE DER ARGENTINISCHEN PRÄSIDENTIN KIRCHNER STÖSST IM INTERNET AN IHRE GRENZEN

Kristin Wesemann

Millionen Argentinier hatten es sich am Abend des 3. September vor dem Fernseher gemütlich gemacht. 22 Uhr, das ist die Zeit, zu der das Fernsehen nicht mehr nur politische Talkshows zeigt, sondern auch Fußball, die beliebte Serie *Graduados* und *ShowMatch 2012*, eine Art Gesangswettbewerb zwischen Juan-Normal-Bürger und B-Prominenz. Fußball, *Graduados* und *ShowMatch* laufen im öffentlich ausgestrahlten Fernsehen zur Primetime und erzielen nicht nur gute Einschaltquoten. Sie liefern auch Gesprächsstoff auf dem Weg zur Arbeit, im Büro, in der Bar oder beim Abendessen. Und lenken ab von der horrenden Inflation, von den Korruptionsskandalen der Regierung, von der Kontrollwut der Steuerbehörden, von der steigenden Arbeitslosenzahl, vom politischen Streit und vor allem von der gefühlten Allmacht der Präsidentin. Wer die Aufmerksamkeit des Publikums sucht, findet sie garantiert am Montagabend vor dem Fernseher. Das ist verführerisch – auch für eine Präsidentin, die gern über ihre Politik spricht. Folglich referiert sie oft gerade zur Primetime ausschweifend über jenes „Modell“, das Argentinien voranbringen soll. Tatsächlich ist es aber eher eine Mischung aus Evitas Wundertaten für die Ärmsten und der staatlich forcierten Importsubstitution des vergangenen Jahrhunderts. Und so kaperte Cristina Fernández de Kirchner, argentinische Staatschefin seit 2008, am Abend des 3. September einmal mehr unangekündigt sämtliche Kurz-, Mittel- und Langwellen des Landes und stellte die Bürger vor die Alternative, ihr zu lauschen oder abzuschalten.



Dr. Kristin Wesemann ist Auslandsmitarbeiterin der Konrad-Adenauer-Stiftung in Argentinien.

Die Präsidentin geht oft mit der Cadena Nacional auf Sendung, eingerahmt von einer riesigen Evita-Grafik im Hintergrund. Wie diese nationale Übertragung geregelt ist, steht im Gesetz 26522 über die Dienstleistungen der audiovisuellen Kommunikation. Demnach kann sich die Regierung in ernsten, außergewöhnlichen oder institutionell sehr bedeutenden Fällen auf die Fernseh- und Radiosender schalten. In der Vergangenheit hatten die Regierungschefs über die Cadena Nacional den Falklandkrieg (1982) oder den Staatsbankrott (2001) erklärt. Nestor Kirchner, Vorgänger im Präsidentenamt und verstorbener Ehemann der Staatschefin, hatte sich während seiner Amtszeit von 2003 bis 2007 zweimal in einer landesweiten Übertragung an die Bürger gewandt. Cristina Fernández de Kirchner hat es in den vergangenen drei Jahren auf 52 Auftritte dieser Art gebracht. Argentinien müsste demnach ein Land sein, das mindestens einmal im Monat am Abgrund steht und Zuversicht von ganz oben braucht. Ihre Ansprachen erinnern jedoch eher an Wahlkampfreden und Durchhalteparolen.

In den vergangenen Monaten hat sich die Präsidentin bisweilen dreimal pro Woche in ihr geliebtes Fernseh- und Radioprogramm schalten lassen. Sie verkündet dann soziale Wohltaten, erinnert sich mit Tränen in den Augen an „El“ („Ihn“), ihren Mann Nestor, sie rechnet mit ihren Kritikern ab, seien es Journalisten, Immobilienmakler

In einer ihrer jüngsten Reden an die Nation hatte die Präsidentin verkündet, man müsse vor Gott Furcht haben – und vor ihr.

oder Parteifreunde, und sie empfiehlt der Steuerbehörde Kandidaten, deren Einkünfte einmal wieder geprüft werden sollten. Kurz:

Sie rechtfertigt bei ihren Auftritten, weshalb sie und ihre kleine Mannschaft das Land jeden Tag ein bisschen mehr unter ihre Kontrolle bringen. In einer ihrer jüngsten Reden an die Nation hatte sie zudem verkündet, man müsse vor Gott Furcht haben – und vor ihr, Cristina, zumindest, wenn man Funktionär sei und von der Präsidentin ernannt werden müsse.¹ Die Funktionäre im Publikum beklauschten ihre Chefin; in den sozialen Netzwerken, in den Zeitungen und auf der Straße brach allerdings ein Sturm der Empörung über diesen Gottesvergleich los.

1 | Im Original: „Sólo hay que tenerle temor a Dios y a mí, un poquito. Por lo menos los funcionarios que dependen de mi nombramiento. Es responsabilidad mía. Todos y cada uno de los funcionarios.“ Ein Video findet sich hier: „Hay que temerle a Dios y a mí, un poquito“, *Clarín*, 06.09.2012, http://clarin.com/politica/temerle-Dios-poquito_0_769123357.html [18.09.2012].

Dabei hatte bereits die Ansprache am 3. September zum „Tag der Industrie“ den guten Geschmack vieler Argentinier strapaziert. Binnen weniger Minuten brachen die Einschaltquoten ein. Von der Flucht aus den staatlichen Kanälen profitierten Kabelsender, sogar die Dokumentarfilme auf dem Discovery Channel waren vielen lieber als die Worte der Präsidentin.



Schaltet sich gern zur Prime Time in den Rundfunk: Die argentinische Präsidentin Cristina Fernández de Kirchner. | Quelle: Presidencia de la N. Argentina (CC BY).

PROTEST MIT DEM KOCHGESCHIRR

Über die sozialen Netzwerke Twitter und Facebook hatten oppositionelle Organisationen dazu aufgerufen, die Rundfunkreden der Präsidentin mit Lärm zu stören. Zwei der bekanntesten Gruppen sind mittlerweile Cazerolazos anti-K und Somos el 46 % („Wir sind die 46 Prozent“ – also jene, die sie im Oktober 2011 nicht zur Präsidentin gewählt hatten). Und kaum hatte das Staatsoberhaupt angefangen, schlugen genervte *Porteños*, Einwohner der tonangebenden Hauptstadt Buenos Aires, an Kreuzungen, auf dem Balkon oder vor der Haustür, auf ihr Kochgeschirr. Eine Stunde und vier Minuten – so lange redete Fernández de Kirchner – lärmte der *cazerolazo*. Seit dem Staatsbankrott im Jahr 2001 ist dies die wichtigste und häufigste Form des politischen Protests in Argentinien. Vor allem die Mittelschicht zeigt so ihre Unzufriedenheit. Die Spontaneität des

Montagsprotests war zwangsläufig, da die Reden der Präsidentin über die Cadena Nacional nicht vorher angekündigt werden. Wer nicht selbst fern sieht oder Radio hört, dem verrät das Topfschlagen der Nachbarn, dass die Präsidentin gerade wieder das Wort ergriffen hat.

Dabei war die Wiederwahl der Staatschefin vor gerade einem Jahr mit 54 Prozent eindeutig. Auch die große Mehrheit der mächtigen Provinzgouverneure gehört zu ihrer „Front des Sieges“. Doch umgeben von einer kleinen Gruppe zu meist jüngerer und vor allem absolut loyaler Technokraten und Ideologen hat die Präsidentin ihre einstige Popularität seitdem kaum verteidigen können. Das Land ächzt nicht nur unter der gewaltigen Inflation, Währungsrestriktionen, verschuldeten Staatsbetrieben, sprunghaft angestiegener Beschaffungskriminalität, unter Drogenhandel und öffentlichem Aufruhr, unter den Streiks von Polizisten, Lehrern, Müllmännern, U-Bahn- oder Taxifahrern, sondern leidet vor allem am Verlust der eigenen Identität. Begonnen hatte dieses Unbehagen mit den organisierten Gedenkveranstaltungen zum 30. Jahrestag des Falklandkriegs. Am 2. April 1982 hatte Argentinien die zu Großbritannien gehörenden Inseln vor der Küste des Landes im Handstreich einnehmen wollen – und war kläglich gescheitert. Es war das letzte Aufbäumen der wirtschaftlich und moralisch gescheiterten Militärdiktatur. Präsidentin Fernández de Kirchner, die sich zuvor als Untergrundkämpferin gegen die Diktatur geriert

hatte, ließ nun anlässlich des Jahrestags das

Fast überfallartig verstaatlichte die Regierung den spanischen Ölkonzern YPF, von einem Tag auf den anderen folgten Dollarkontrollen, dann Dollarrestriktionen für Privathaushalte.

Land aufmarschieren und in Großveranstaltungen die Niederlage gegen Großbritannien bedauern. Sie versuchte, die Landsleute auf eine Art Nationalismus einzuschwören, den

diese bislang nicht gekannt hatten. Es folgte ein Artilleriefeuer politischer Entscheidungen, die vor allem die Mittelschicht befremdeten: Fast überfallartig verstaatlichte die Regierung den spanischen Ölkonzern YPF, von einem Tag auf den anderen folgten Dollarkontrollen, dann Dollarrestriktionen für Privathaushalte. Reisen ins Ausland müssen nun beantragt werden wie einst in der DDR. Wer im Supermarkt für mehr als 1.000 Peso (etwa 160 Euro) einkauft, muss ein Formular mit seinen persönlichen Daten ausfüllen, das die Geschäfte dann an die gefürchtete Steuerbehörde geben. Die Kontrolle des persönlichen Lebens weitet sich aus und das Unbehagen der Menschen wächst.



Protestspruch am Präsidentenpalast Casa Rosada: Fernández de Kirchner konnte ihre Popularität nicht verteidigen. | Quelle: Alex Proimos / flickr (CC BY).

Argentinien versteht sich als ein Land der Mittelschicht. Egal wie wohlhabend ein Argentinier ist, er würde sich immer zur Mittelschicht zählen. Nur wer bitterarm ist, laut staatlichen Angaben 2,3 Millionen,² laut unabhängigen Schätzungen 9,5 Millionen der etwa 40 Millionen Argentinier,³ gibt das zu – und arbeitet hart, um irgendwann zur Mittelschicht zu gehören. Präsidentin Fernández de Kirchner aber missachtet die Mittelschicht, sie findet immer wieder zynische Bemerkungen, um zu zeigen, dass es ihr zwar um „alle Argentinier“ gehe, aber natürlich nicht um jene, die mit ihrer Politik nicht einverstanden sind. Zudem verbrüdert sich die Staatschefin mit Amtskollegen wie Hugo Chavéz in Venezuela, dessen kürzlich errungenen Wahlsieg sie wie einen eigenen feierte und der ihr schon mit Wahlkampfspenden in bar ausgeholfen hat, oder den Präsidenten Evo Morales in Bolivien und Rafael Correa in Ecuador. Den Westen hingegen, der auch heute vielen Argentiniern als Heimat, Vorbild und Wertegemeinschaft wichtig ist, befremdet sie

2 | Instituto Nacional de Estadística y Censos, Incidencia de la pobreza y la indigencia en el total de aglomerados urbanos y regiones estadísticas. Segundo semestre 2011, http://www.indec.mecon.ar/nuevaweb/cuadroás/74/graf_pobreza1_ephcontinua.xls [08.10.2012].

3 | Vgl. Clarín, 09.10.2012, 2.

mit ihren bizarren Auftritten wie jenen Ende September vor der Vollversammlung der Vereinten Nationen oder in Harvard. Sie polemisierte dort gegen Christine Lagarde, als sie sagte, der Präsident des Weltfußballverbandes FIFA habe eine bessere Bilanz als die Chefin des Internationalen Währungsfonds. Der IWF hatte Argentinien zuvor abermals gewarnt, endlich realistische Wachstums- und Inflationszahlen zu veröffentlichen. Auch die Industrieländer attackierte die Präsidentin, sie seien Schuld an der Wirtschaftskrise und suchten nur nach Untergebenen. Argentinien aber sei ein freies Land. Und abermals wandte sie sich Großbritannien wegen der Falklandinseln zu. Zweimal wagte sie zudem den Auftritt vor Universitätsstudenten: in Harvard und in Washington. Zweimal behandelte sie die Fragenden despaktierlich, schroff und mit viel Zynismus. Zuhause brachte ihr dies scharfe Kritik ein. Seitdem heißt es aus ihren engsten Zirkeln, sie habe sich entschieden, politisch auf die Mittelschicht zu verzichten. In Venezuela war gerade erst zu sehen, dass die Wahl zum Präsidenten auch ohne deren Zustimmung funktionieren kann. Aber: Die Zugehörigkeit zur Mittelschicht ist wohl kaum irgendwo ein so wichtiges Lebensziel wie in Argentinien.

ARGENTINIENS POLITIK IM INTERNET

Auch die argentinische Politik ist nicht verschont geblieben vom „Obama-Effekt“ des Jahres 2008. Die moderne Wahlkampfkommunikation des heutigen US-Präsidenten hat Maßstäbe gesetzt und wird gerne zu kopieren versucht. Vor allem seit 2010 nutzen Argentiniens Politiker Twitter und Facebook als Kommunikationsmedium. Die Zahlen sprechen für sich: Weit mehr als die Hälfte der Argentinier hat Zugang zum Internet. Hinter dieser Zahl steht nicht selten der Staat: So garantiert etwa die Provinz San Luis den freien Zugang zum Netz in allen öffentlichen Gebäuden und

Parks. Auch die Hauptstadt Buenos Aires ver-

Weit mehr als die Hälfte der Argentinier hat Zugang zum Internet. 2011 gehörten 91 Prozent aller Internetnutzer sozialen Netzwerken an.

sucht sich daran. Zudem sorgen landesweite Programme wie Internet para todos (Internet für alle) dafür, dass der Staat sämtliche

Schulen mit Computern und Netzzugang ausstattet. 2011 gehörten 91 Prozent aller Internetnutzer sozialen Netzwerken an – in Deutschland sind es 53 Prozent. Ein Drittel ihrer Zeit im Internet verbringen Argentinier mit Facebook und Co. Zum Vergleich: Vier Prozent

ihrer Online-Zeit informieren sie sich, sieben Prozent widmen sie dem Schreiben von Mails.⁴ Im argentinischen Internet spielen soziale Netzwerke die wichtigste Rolle im Ranking der meistbenutzten Webseiten. Allein Facebook hat im Augenblick elf Millionen Mitglieder, das sind etwa ein Viertel aller Argentinier.⁵ In der Gruppe der 15- bis 65-Jährigen sind es sogar 42 Prozent. Es folgt die Videoplattform YouTube, die knapp 60 Prozent der Internetnutzer nutzen, sie liegt damit knapp vor Taringa, einer 2004 in Argentinien gegründeten Seite mit schier unbegrenzter Themenvielfalt.

Eine große Mehrheit der Wähler lässt sich also – zumindest theoretisch – über das Internet erreichen. Die eigene Webseite, der Twitter-Account, ein Facebook-Profil und der Youtube-Kanal sind auch für viele Politiker im Land längst Standard. Auf die Kurznachrichten der Präsidentin warten bei Twitter mittlerweile 1,3 Millionen Follower. Sie belegt damit unter den Politikern mit Abstand den ersten Rang. Dabei verfügt die erste Frau im Staat über eine bis ins kleinste Detail abgestimmte Medienstrategie, bei der das Internet eine zwar wichtige, aber dennoch untergeordnete Rolle spielt. Wie ihr Vorgänger Nestor Kirchner hat sie ein sehr distanziertes Verhältnis zur Presse und zu unabhängigen Journalisten. Ob Internet oder Fernsehen: Sie verzichtet auf den Dialog und widmet sich dem Monolog. Auch ihre Tweets sind wenig originell: „Die Wirtschaft wandelt sich jeden Tag, das hat mit exogenen und endogenen Faktoren zu tun – und auch mit den Erwartungen einer Gesellschaft.“⁶ Fernández de Kirchner twittert viele Zahlen zu den Wirtschaftsplänen der Regierung und zitiert gern Sätze ihres verstorbenen Mannes, wie diesen von 2004: „Vielen Dank, und lasst uns einander fest umarmen für ein

Der Twitter-Account, ein Facebook-Profil und der Youtube-Kanal sind für viele Politiker im Land längst Standard. Auf Kurznachrichten der Präsidentin warten bei Twitter 1,3 Millionen Follower.

4 | Vgl. Laura Zommer, „In the Midst of a Revolution, with an Unusually Active State“, in: Andrew Puddephatt, Dixie Hawtin et al. (Hrsg.), *A New Frontier, An Old Landscape*, London, 2011, 84, <http://global-partners.co.uk/wp-content/uploads/A-new-frontier-an-old-landscape-FINAL.pdf> [18.09.2012].

5 | Interaktive Weltkarte zur Verbreitung des sozialen Netzwerks Facebook: Zdenek Hynek und Martin Pulicar, „Placebook“, <http://www.geographics.cz/socialMap/index.php> [18.09.2012].

6 | Originalzitat vom 23.07.2012: „La economía se construye todos los días; tienen que ver factores exógenos-endógenos y también las expectativas de una sociedad.“

Land, das anders ist.”⁷ Hinzu kommen Tiraden gegen Zeitungen wie *Clarín* und *La Nación* oder Fernsehkanäle, die sich noch nicht der absoluten Regierungstreue verschrieben haben. Die Tweets der Präsidentin unterscheiden sich inhaltlich kaum von ihren Diskursen im öffentlichen Fernsehen und im Radio.

KAUM PRESSEKRITIK AN DER REGIERUNGSPOLITIK

Journalisten haben keine Möglichkeit, das Staatsoberhaupt direkt zu befragen. Pressekonferenzen sind aus dem politischen Alltag der Präsidentin und ihrer Regierungsmitglieder ebenso gestrichen wie Kabinettsitzungen. Dafür verändert sich die gesamte Medienlandschaft rasend schnell; sie wird dabei zunehmend regierungsfreundlicher. Von den sechs nationalen Radiostationen ist nur noch eine relativ unabhängig, alle anderen kontrolliert die Regierung direkt oder indirekt. Ähnlich sieht es bei den fünf Fernsehstationen der Hauptstadt aus, die ins ganze Land ausstrahlen. Drei von ihnen haben sich auf die Seite der Präsidentin geschlagen. Noch kritischer steht es um die gedruckte Hauptstadtpresse: Nur noch fünf der mehr als zwanzig Titel veröffentlichen auch kritische Texte über die Regierungspolitik. Die offizielle Stimme der Regierung ist homogen und wird lauter.

Was sich nicht von Staats wegen kontrollieren lässt, wird zumeist mit Geld geregelt. Unterstützer von Fernández de Kirchner, wie der Unternehmer Cristóbal Lopez, kaufen TV- und Radiostationen auf – so geschehen im Fall der publikumsstarken Sender C5N (TV)

und Radio 10. Regierungstreue Kanäle werden zudem von der staatlichen Nachrichtenagentur Télam nicht nur mit politischen Meldungen gefüttert, sondern auch mit finanziellen Zuwendungen. Die Summen, die dabei fließen, lassen sich nur schätzen, da es keine offiziellen Zahlen gibt; und auch die Schätzer selbst wollen nicht genannt werden. Für 2011 haben sie gleichwohl Folgendes errechnet: Crónica TV, ein Sender der Gruppe Olmos, erhielt 15 Millionen Peso (2,5 Millionen Euro), CN23 (Gruppe Veintitrés) kommt auf zwölf Millionen Peso (zwei Millionen Euro), C5N auf 30 Millionen Peso (fünf Millionen Euro). Aus Sicht der Regierung ist das Geld gut investiert. Die Nachrichtensendungen

Unterstützer von Fernández de Kirchner kaufen TV- und Radiostationen auf. Regierungstreue Kanäle werden zudem von der staatlichen Nachrichtenagentur Télam mit finanziellen Zuwendungen gefüttert.

7 | Originalzitat vom 06.07.2012: „Muchísimas gracias y abracémonos fuertemente por un país distinto.“

verbreiten viel Lob für die Arbeit der Casa Rosada, den argentinischen Präsidentenpalast. Sie stellen die Präsidentin in den Vordergrund, wiederholen hundertfach Szenen aus ihren Ansprachen und zeigen, wie sich die Staatschefin auf Großveranstaltungen feiern lässt. Hinzu kommen die vom Staat bezahlten Übertragungsrechte der ersten und zweiten Fußballliga. Oft wird ein Spiel auf drei öffentlichen Kanälen gleichzeitig übertragen – stets und ständig eingerahmt von Werbung für die Presidenta de la Nación.

Dass Fußball ein Schlüssel zu argentinischen Herzen ist, zeigt sich wiederum in den Twitter-Meldungen vieler politischer Akteure. Politische Schwergewichte und Regierungskritiker wie José Manuel De La Sota, Gouverneur der Provinz Córdoba, und Mauricio Macri, erfolgreicher Bürgermeister und damit Gouverneur der Hauptstadt Buenos Aires, verfassen überaus sportliche Tweets und kommentieren Spielergebnisse oder Aufstellungen. Bei der Anzahl der Follower steht Macri mit 390.000 an zweiter Stelle hinter der Präsidentin. Seine Bekanntheit und Popularität beruhen freilich auch darauf, dass er einige Jahre Präsident der Boca Juniors war, des bedeutendsten Fußballvereins im Land. Danach folgt Aníbal Fernández, bis Ende 2011 Kabinettschef und heute Senator für die Provinz Buenos Aires. Platz vier gehört dem Vizepräsidenten Amado Boudou, der die Worte der Präsidentin gern mit eigenen Tweets untermauert: „Hier sind wir mit einem geeinten und organisierten Volk, um das Land weiter aufzubauen und zu transformieren – unter der klaren Führung unserer Präsidentin!“⁸ Daniel Scioli belegt mit 161.000 Followern Rang sieben. Er ist der wichtigste Gouverneur des Landes, regiert er doch die Provinz Buenos Aires, also das direkte Umland der politisch und wirtschaftlich alles bestimmenden Hauptstadt. Zudem gilt der Peronist ebenso wie Macri und De la Sota als Anwärter auf das Präsidentenamt für 2015.

Doch Quantität ist nicht gleich Qualität. Die Einwegkommunikation, also das bloße Verkündern von Botschaften, ist wenig zeitgemäß. Modernität würde bedeuten: Diskutieren, zum Dialog einladen, das Wissen der Netzgemeinde nutzen. Die meisten Politiker haben jedoch „noch nicht verstanden

8 | Originalzitat vom 22.08.2012: „Aquí estamos con un pueblo unido y organizado para seguir construyendo y transformando el país con el claro liderazgo de nuestra Presidenta!“

was es heißt, Politik im Internet zu machen".⁹ Für Politikberater José Fernández-Ardáiz ist klar, dass vor allem die 257 Abgeordneten und 72 Senatoren des Kongresses das Internet als eine Art Fenster verstehen: Man verkündet etwas für die Leute draußen und zieht dann schnell wieder die Gardinen zu. Und so landeten auf den Webseiten und Facebook-Pinnwänden der Politiker vor allem jene

Die traditionellen Medien beherrschen die Informationslandschaft Argentiniens. Deren Konsum ist – bei einer Alphabetisierungsquote von 97 Prozent – hoch. Noch immer prägt der Zeitung lesende Argentinier das Bild.

Informationen, die auch an die Medien verschickt würden. Einen Dialog mit dem Wähler, ob der nun kommentiert, eine Mail schickt oder auf einen Tweet antwortet, gebe es fast nie.¹⁰ Die traditionellen Medien beherrschen die Informationslandschaft Argentiniens. De-

ren Konsum ist – bei einer Alphabetisierungsquote von 97 Prozent – hoch. Noch immer prägt der Zeitung lesende Argentinier das Bild. Etwa 150 Blätter werden jeden Tag gedruckt, alle sind in privater Hand. Die wichtigsten – *Clarín* und *La Nación* – kommen aus der Hauptstadt Buenos Aires.

Bei der Mehrzahl der Zeitungen genügt die kursive Lektüre, um zu erkennen, ob sie für oder gegen die Regierung sind. Eine Analyse der Anwältin und Journalistin Laura Zommer für die britische Nichtregierungsorganisation Global Partners geht davon aus, dass es in 16 der 24 Provinzen keine unabhängigen Zeitungen mehr gibt.¹¹ Ein Grund: Die meisten Blätter im Landesinneren seien von den Anzeigengenäts der Provinzregierungen abhängig. Oft seien sie zudem im Besitz von Abgeordneten, öffentlichen Angestellten oder deren Verwandten. Als eindrückliches Beispiel gilt Guillermo Jenefes. Dem Politiker gehört Radiovisión Jujuy, das die Provinz Jujuy, dessen Senator er ist, mit Hörfunk- und Fernsehprogrammen versorgt. Im Senat ist er Vorsitzender des Komitees für Medien und Kommunikation. Zuvor war er Vizegouverneur seiner Provinz.

9 | Vgl. José Fernández-Ardáiz und Ana Doria, *Indice Senadores Nacionales Argentina 2011*, Buenos Aires, 2011, 2.

10 | Vgl. Hugo Passarelo Luna im Interview mit José Fernández-Ardáiz, „La Política 2.0 no es sólo comunicación, es Política“, <http://argentinaelections.com/2011/09/jose-fernandez-ardaiz-la-politica-2-0-no-es-solo-comunicacion-es-politica> [18.09.2012].

11 | Laura Zommer, „In the Midst of a Revolution, with an Unusually Active State“, in: Puddephatt, Hawtin et al. (Hrsg.), *A New Frontier, An Old Landscape*, Fn. 4.

EINE PRÄSIDENTIN, DIE POLARISIERT

Schon seit 2008, Cristina Fernández de Kirchner war gerade erst im Amt, ist die argentinische Medienlandschaft tief gespalten in Anhänger und Gegner der Präsidentin und ihrer Regierung. Hatte Nestor Kirchner das Land nach dem Staatsbankrott wieder zusammengeführt, so polarisiert seine Nachfolgerin die Nation mit ihrem eigenwilligen Politikstil und dessen Inhalten. Ausgetragen wird der Streit zwischen der Casa Rosada und der Öffentlichkeit vor allem in den traditionellen Medien, fortgesetzt wird er im Internet.

Begonnen hat diese netzweite politische Teilung mit der Agrarkrise von 2008, einem Konflikt zwischen Viehzüchtern und Exekutive, der sich seitdem in verschiedenen Wellen auf allen Ebenen des politischen Lebens ausgebreitet und am 13. September 2012 seinen vorläufigen Höhepunkt erreicht hat. Kern des Streits war die Resolution 125; heute ist die bloße Nennung der Zahl eine Chiffre für die Mobilisierung der Massen über das Internet. Was war geschehen? Im März 2008 verkündete der damalige Wirtschaftsminister die Erhöhung von Exportsteuern für Sojabohnen und Sonnenblumenprodukte per Verordnung. Zu diesem Zeitpunkt waren die Weltmarktpreise für beide Produkte kräftig gestiegen, ebenso wie die Nachfrage. Der Weltmarktpreis sollte zudem künftig maßgeblich sein für die Exportsteuern auf zahlreiche landwirtschaftliche Produkte. Je höher der Preis an den Börsen, desto höher die abzuführenden Steuern. Die traditionell starken Landwirtschaftsverbände riefen zu unbefristeten Streiks, Straßenblockaden, *cacerolazos* und anderen Protesten auf – und organisierten diese über die sozialen Netzwerke und per SMS.

Die traditionellen Medien berichteten ausführlich und machten so weiter Stimmung. Die Streiks legten das gesamte öffentliche Leben bis zum 17. Juli 2008 wiederholt lahm, verknappten die Lebensmittel und ließen gleichzeitig deren Preise steigen – was wiederum zu Protesten führte. Im Juni 2008 plante die Regierung daraufhin, die „125“ dem Parlament zur Entscheidung vorzulegen. Es kam bei der Abstimmung zum Patt, und Vizepräsident Luis Cobos ließ den Entwurf scheitern. Am

Streiks legten das gesamte öffentliche Leben bis zum 17. Juli 2008 wiederholt lahm, verknappten die Lebensmittel und ließen gleichzeitig deren Preise steigen – was wiederum zu Protesten führte.

nächsten Tag nahm die Regierung die „125“ zurück, die Agrarverbände erklärten den Protest für beendet.

In diesen Wochen hatte sich gezeigt, welche Wucht Kampagnen entwickeln können, die online organisiert werden. Auch die politische Blogosphäre hatte mitgemischt. Heute ist sie allerdings gespalten: Es gibt so genannte „K-Blogger“, die sich im Netz einzeln und auf gemeinsamen Webseiten für die Präsidentin stark machen.¹² Auf der Gegenseite stehen die regierungskritischen Blogger von Clubpoliticoargentino.org und vor allem die Meinungsseiten von Journalisten. Politische Weblogs diskutieren und analysieren Themen, bringen selbst aber kaum welche hervor. Zudem sind die großen oppositionellen Zeitungen mit ihren aufwendigen und teuren Blog-Projekten gescheitert, weil diese jeweils nur die Inhalte der Print- oder Onlineausgaben wiedergeben. In den Top 10 der landesweiten Blogs finden sich weder der von *Clarín* noch der von *La Nación*.

ERNEUTE WIEDERWAHL DANK VERFASSUNGÄNDERUNG?

Die politische Polarisierung Argentiniens setzt sich im Internet fort. Im nächsten Jahr finden Parlamentswahlen von herausragender Bedeutung statt. Gewinnt die Partei der Präsidentin, die Frente para la Victoria, eine Zweidrittelmehrheit, könnte sie die Verfassung ändern und so eine erneute Wiederwahl von Fernández de Kirchner vorbereiten. Bislang ist die Amtszeit des Staatsoberhauptes auf zweimal vier Jahre begrenzt.

**In diesen Wochen erlebt das Land bei-
nahe täglich Demonstrationen gegen
die Politik der Regierung. Nicht immer
bleiben sie gewaltfrei.**

Vor allem für die Mittelschicht wäre dies eine fatale Aussicht. In diesen Wochen erlebt das Land beinahe täglich Demonstrationen gegen die Politik der Regierung. Nicht immer bleiben sie gewaltfrei. Die bislang größte Aktion am 13. September war nach einer Rede der Präsidentin zum „Tag der Industrie“ zustande gekommen. Hunderttausende verabredeten sich durch soziale Netzwerke und Mund-zu-Mund-Propaganda und gingen im ganzen Land auf die Straße, um friedlich die Nationalhymne zu singen und Freiheit zu

12 | Siehe z.B. <http://artepolitica.com> [18.09.2012], <http://bloggersenaccion.blogspot.com.ar> [18.09.2012], oder <http://labarbarie.com.ar> [18.09.2012].

fordern. Redner traten nicht auf, auch politische Parteien hatten nicht geholfen, den Protest zu organisieren. Vielmehr war ein Volk zusammengekommen, das sich stolz daran erinnerte, nun schon dreißig Jahre lang und über alle Krisen hinweg die Demokratie verteidigt zu haben. Selbst regierungstreue Sender wie Canal 7, Canal 9 und auch C5N berichteten, wenngleich nur über die Proteste in Buenos Aires. Die Demonstranten in Córdoba, La Plata, Salta, Mendoza, Rosario oder auch San Juan zeigten sie nicht. Dort, in San Juan, war die Präsidentin unterwegs und nahm bei der Eröffnung einer Lacoste-Fabrik ein Bad in der gut abgeschirmten Menge. Die Fabrik hatte der Modehersteller gebaut, weil er seine Ware oft nicht mehr aus dem Ausland importieren durfte.

Als Reaktion auf die Demonstrationen verbreiteten Präsidentin Fernández de Kirchner und ihre Mediengetreuen sogleich, dass wieder einmal nur die Mittelschicht um ihre Dollars zitterte. Regierungstreue Journalisten und die Staatschefin sprechen, wenn es um Proteste geht, meist von „diesen Leuten“. Wer jedoch auf die unabhängigen Kanäle TN und Canal 13 schaltete, konnte sich ein Bild von der Menge der Demonstranten machen – auch von den Protestierenden in San Juan, die versuchten, die Worte der Präsidentin mit klapperndem Kochgeschirr zu übertönen. Die Umfragewerte der Präsidentin brechen derweil ein: Nur noch 24,3 Prozent der Argentinier sind mit ihrer Politik einverstanden, 60,6 Prozent lehnen sie ab. Und: 72,2 Prozent aller Befragten wollen weiterhin gemeinschaftlich auf Töpfe und Deckel schlagen.¹³

13 | Vgl. „Decae la imagen de Cristina“, 02.10.2012, http://clarin.com/opinion/Decae-imagen-Cristina_0_784721537.html [05.10.2012].