

KONZENTRATION IM MEDIENBEREICH – DIE SITUATION IN SÜDAMERIKA

*Giselle Camargos BECKER**

STICHWÖRTER: Medienkonzentration. Medienrecht. Lateinamerika. Südamerika. Argentinien. Brasilien. Chile. Venezuela. Medienmarktführer.

INHALT: 1 - Einleitung. 2 - Hintergrund der Medienkonzentration: 2.1 Geschichte, 2.2 Soziale Situation, 2.3 Internationale Situation: Der Druck der Globalisierung. 3 - Die Konzentration und ihre „Player“: 3.1 Die vier großen regionalen Unternehmen: a. Globo, b. Televisa, c. Cisneros, d. Clarín; 3.2 Europäische Unternehmen in Südamerika. 4 - Die Situation im Einzelnen: 4.1 Argentinien: a. Portrait, b. Verfassungsrechtliche Grundlagen, c. Gesetz zum Schutz des Wettbewerbs (GSW); 4.2 Brasilien: a. Portrait, b. Grundrechte und Grundfreiheiten, c. Rundfunkregelungen, d. Wettbewerbsrechtliche Bestimmungen, e. Telekommunikationsgesetz (TG); 4.3 Chile, a. Portrait, b. Verfassungsregelungen, c. Chilenisches Pressegesetz (CPG), d. Chilenisches Telekommunikationsgesetz (CTG); 4.4 Venezuela, a. Verfassungsregelungen, b. Organgesetz über die Telekommunikation (OGT), c. Gesetz der sozialen Verantwortung in Radio und Fernsehen (LRSRT), d. Strafrechtliche Kontrolle der Medien. 5 – Schlussfolgerung. 6 – Literaturverzeichnis

* Graduada em Direito pela UFMG, mestre em Direito Internacional e doutoranda em Direito de Mídia (Media Law) pela Johannes-Gutenberg-Universität, Mainz, Alemanha.

1. Einleitung

Die Konzentration im Medienbereich in ganz Lateinamerika ist sehr hoch und entspricht der globalen Situation. Südamerika spiegelt das Bild von Lateinamerika wieder, deswegen wird in diesem Text häufig die lateinamerikanische anstelle der südamerikanischen Situation erläutert.

Die ökonomische und politische Entwicklung der audiovisuellen Medien in Lateinamerika ist zusammengefasst die Geschichte der Entwicklung einer kleinen Gruppe von Unternehmen mit der größten wirtschaftlichen Ausdehnung in der Region. Die strukturelle Basis dieser Gruppen ist das Familien-Eigentum mit einer starken altväterlichen Führungsfigur. Trotz dieser Vorherrschaft fanden in den letzten Jahren durch die Internationalisierung des audiovisuellen Marktes und des Generationenwechsels in der Leitung vieler dieser Unternehmen Veränderungen in der Struktur statt. Die Nachkommen studierten an nordamerikanischen Universitäten und übernahmen die Kontrolle, aber sie führen die Unternehmensgruppen in einer ganz anderen Form als in der des Patriarchats. Sie erweiterten die Unternehmensaktivitäten, indem sie auf der internationalen Bühne Allianzen entweder mit den Global Players oder untereinander schmiedeten. Die vier wichtigsten Gruppen sind: Televisa (Mexiko), Globo (Brasilien), Cisneros (Venezuela) und Clarín (Argentinien).¹

Es findet nicht nur die vertikale und die horizontale sondern auch die crossmediale Konzentration statt. Die vier Medienkonzerne sind in vielen Bereichen tätig: Produktion von Radio- und Fernsehprogrammen, Ausstrahlung von frei empfangbaren Programmen und Pay-TV über Kabel und Satellit, Internet, Merchandising, Marketing, Meinungsforschungsinstitute, Nachrichtenagenturen, Zeitschriften, Zeitungen auf dem nationalen und regionalen Markt, Musikindustrie, Verlage, Festnetz- und Mobiltelefon.

¹ vgl. Mastrini, Guillermo u. Becerra, Martín: 50 Años de concentración de medios en América Latina in: Sala de Prensa 58, Agosto 2003, Año V, Vol. 2, S.1

Diese Realität ist Resultat eines Mangels an guter Gesetzgebung, fehlender Umsetzung der existierenden Gesetze, der kritischen sozialen Situation und der starken Einmischung dieser Unternehmen in die Politik.

Es soll ebenso die Konzentration im Telekommunikationsmarkt, auf dem die Medienunternehmen auch tätig geworden sind, dargestellt werden, da die beiden Bereiche sehr eng in Beziehung stehen und die Medienkonvergenz mit der Entwicklung der Technologie täglich weiter fortschreitet. Dies ist ein Ergebnis der Privatisierungswelle im Bereich der Telekommunikation in ganz Lateinamerika seit den 90-er Jahren, als die staatlichen Monopole in private Oligopole umgewandelt wurden. Außerdem werden viele Regelungen für den Rundfunk in den Telekommunikationsgesetzen dieser Länder geregelt, in denen normalerweise die ausländische Beteiligung und die Konzentration einfacher erlaubt wird, da es höchstens Regelungen für die Kontrolle der vertikalen und horizontalen Konzentration gibt. Obwohl diese Gesetze vielfach auf die Kartellgesetze verweisen, gibt es dort keine Beschränkungen der krossmedialen Konzentrationen.

Im ersten Teil wird der Hintergrund der Medienkonzentration mit Elementen der Geschichte, der sozialen und internationalen Situation dargestellt. Der zweite Teil, die Konzentration und ihre „Player“ betrachtet die vier größten regionalen Unternehmen Globo, Televisa, Cisneros und Clarín mit einem Portrait ihrer Imperien, sowie Beispiele von europäischen Unternehmen, die in Südamerika tätig sind und mit der Medienkonvergenz in Beziehung stehen.

Im dritten Teil wird die Situation der Länder im einzelnen dargestellt: Argentinien, Brasilien, Chile und Venezuela. Die Wahl dieser Länder hängt mit den vier regionalen Großunternehmen und ihrer Wirtschaftskraft zusammen. Chile ist insbesondere ein Beispiel für ein Land, in dem es zwar keine großen Familiengruppen von Medienunternehmen gibt und das dennoch wegen der Erlaubnis von ausländischer Beteiligung im Medienbereich die Konsequenzen der Medienkonzentration erfährt. Hier sollten die diesbezüglichen Regelungen der Verfassungen und des Rundfunk-, Presse-, Telekommunikations- und Wettbewerbsrecht betrachtet

werden. Leider war es nicht immer möglich, da der Zugang zu Informationen oftmals sehr schwer ist oder erschwert wird, wie im Falle von Chile und Argentinien, wo man für die auf der Regierungswebsite veröffentlichten Gesetze bezahlen muss. Zum Glück gibt es seriöse NGOs oder internationale Organisationen, die über die Medienkonzentration berichten und forschen, und im Internet viele Materialien veröffentlichen, ohne die ein Großteil dieser Arbeit nicht möglich gewesen wäre!

2. Hintergrund der Medienkonzentration

2.1. Geschichte

Die Medienkonzentration in Lateinamerika hat schon in den 20-er Jahren des letzten Jahrhunderts mit dem Radio begonnen, als sich der Kapitalismus des Rundfunks annahm und die Radiostationen bereits in sehr wenigen Händen waren. Eine Ausnahme war z.B. Uruguay, das sich für das Bildungsrundfunkmodell entschied. Der nordamerikanische Einfluss breitete sich 1945 mit der Gründung der AIR (Asociación Interamericana de Radiodifusión) aus und diese Vereinigung förderte das kommerzielle nordamerikanische Modell in der Region. Diese Situation hat sich in den 50-er und 60-er Jahren im Bereich des Fernsehens wiederholt. Es zeigte sich eine große Fähigkeit der lokalen Elite, neue Technologien schnell zu assimilieren, die von einer großen Abhängigkeit von ausländischem Know-how begleitet wurde. Über Fernsehen verfügte Brasilien schon seit 1950, Argentinien seit 1951 und Venezuela seit 1953.²

Dazu kam der Populismus der Politiker in den 40-er und 50-er Jahren. Mit ihrer Unfähigkeit, eine vernünftige Medienpolitik zu schaffen, begünstigten sie die Entwicklung der Kulturindustrie.³ Außerdem waren die Rundfunkpioniere mit einem Mangel an Fernsehapparaten konfrontiert, was von Anfang an die enge Verbindung von Rundfunkunternehmen und Fernsehgeräteproduktion zur Folge hatte, die Wurzel der vertikalen Integration. In den 60-er

² vgl. a.a.O. S.2

³ vgl. ebd.

Jahren konsolidierte sich ein System, das ähnlich dem aktuellen ist: Privatunternehmen konkurrierten um Zuschauerquoten; es bildeten sich Oligopole; die Programmproduktion wurde in den großen Städten unter Ausschluss des übrigen Landes zentralisiert; es entstand eine große Abhängigkeit von ausländischen Investitionen, obwohl das oft verboten oder eingeschränkt war; die drei nordamerikanischen Unternehmen CBS, NBC und ABC übten einen großen Einfluss aus; die öffentlichen Fernsehanstalten, wenn sie es denn gab, waren schwache Wettbewerber, die normalerweise nur Propaganda für die Regierung machten; es gab enge Beziehungen zwischen der Regierung und den Eigentümern der Medienunternehmen gepaart mit der Unfähigkeit der Regierung, eine Wirtschaftspolitik zu betreiben und/oder Gesetze zur Kontrolle der Medienoligopole zu erlassen, etc.⁴.

Die heutige Beteiligung des ausländischen Kapitals im Rundfunkbereich in den Ländern, deren Medien von patriarchalen Unternehmen dominiert sind, ist sehr niedrig in Vergleich zu den 60-er Jahren, obwohl Allianzen zwischen den regionalen Marktführern mit transnationalen Unternehmen für die Entwicklung neuer Informationsdienstleistungen weiter geschmiedet werden. In den lateinamerikanischen Staaten, in denen die Strukturen der Medienunternehmen nicht stark genug waren, um Partnerschaften mit den Transnationalen einzugehen, ist die ausländische Beteiligung an den Medienunternehmen weitaus größer.⁵

2.2. Soziale Situation

In der UNESCO-Studie „Education for all Global Monitoring Report 2006“ steht Brasilien in der Liste der zwölf Länder mit der höchsten Anzahl von Analphabeten.⁶ 2002 betrug die Rate der funktionalen Analphabeten ab 15 Jahren durchschnittlich 26%, wobei sie in den ärmsten Regionen des Landes 40,8% und in den wirtschaftlich prosperierenden Gegenden 19,6% erreicht.⁷ Nach einer

⁴ vgl. a.a.O. S.4

⁵ vgl. a.a.O. S.13

⁶ vgl. UNESCO-Weltbericht “Bildung für alle” 2006, Alphabetisierung weltweit.

⁷ vgl. IBGE: Studie “Educação no Brasil” von 2002

UNICEF-Studie sind von 548,2 Mio. Einwohnern Lateinamerikas 36% Kinder und Jugendliche. Es herrscht eine ungleiche Verteilung des Einkommens. 20% der reichsten Familien verfügen über 59%, während 40% der ärmsten Familien nur über 10% des Einkommens verfügen.⁸

In den meisten Ländern Lateinamerikas liegt der Anteil der Bevölkerung zwischen 15 und 24 Jahren, der mindestens zehn Jahre Schulbesuch aufweisen kann, unter 70% mit Chile als Spitzenreiter mit 63%. In Brasilien besucht fast ein Drittel dieser Altersgruppe höchstens sechs Jahre die Schule. Trotz der großen Bedeutung der Schulbildung behandeln die Medien dieses Thema als eine soziale Last und nicht als eine Investition zur Förderung der Entwicklung und Fähigkeiten der Menschen. Ebenso wird das Thema Analphabetismus, mangelnde berufliche Bildung und Ausbildung von Jugendlichen sehr marginal behandelt, ungeachtet der großen Bedeutung dieses Themas in der Region.⁹

Obwohl die Journalisten Lateinamerikas gut ausgebildet sind, werden soziale Themen qualitativ und quantitativ nur unzureichend behandelt. Die Themenauswahl ist geschichtlich durch den Klientelismus im Medienbereich, die Zensur der langjährigen Militärdiktaturen und neuerdings durch die neoliberale Globalisierungsideologie beeinflusst.¹⁰ Weiterhin wird die journalistische Arbeit durch die Arbeitsbedingungen der Medienunternehmen beeinflusst, die von wirtschaftlichen Gewinnerwartungen, von Kompromissen mit den politisch Mächtigen und Abhängigkeiten von wirtschaftlichen Gruppen geprägt wird, wie der Journalist Professor Germán Rey ausführt.¹¹

Unter diesen Umständen könnte das Internet zur Demokratisierung der Medien beitragen. Aber die Implementierung des Internets in der Gesellschaft stellt eine neue Form der Marginalisierung dar:

⁸ vgl. ANDI: Studie "Direito, Infância e Agenda Pública, Uma análise comparativa da cobertura jornalística latino-americana", S. 34 ff.

⁹ vgl. ebd.

¹⁰ vgl. a.a.O., S.9

¹¹ vgl.a.a.O., S.28

Die digitale Bresche, die Aufteilung der Gesellschaft in Personen, die Zugang zu Computer und Internet als auch die Kenntnisse haben, diese zu nutzen, und diejenigen, die nicht über diese Mittel verfügen. Der Zugang zu Telekommunikation und die Anzahl der Computer sind vor Allem vom nationalen Einkommen, dem Grad der Armut, dem Bildungsstand, den Kosten für Telekommunikation und dem Zugang zu elektrischer Energie abhängig.¹²

Beispielsweise haben 80,37% der brasilianischen Haushalte keinen Computer und 85,51% keinen Zugang zum Internet.¹³

Mit dieser großen Anzahl von Kinder und Analphabeten, der geringen Schulbildung, den großen Einkommensunterschieden und der digitalen Bresche ist für die Medien der Boden für den Machtmissbrauch durch Manipulation und Konzentration bereitet.

2.3. Internationale Situation: Der Druck der Globalisierung

Die früher exzessive staatliche Intervention in der Wirtschaft, bei der typisch privatwirtschaftliche Aktivitäten durch den Staat übernommen wurden, hatte die Erschöpfung der staatlichen Investitionskapazität in den betroffenen Sektoren und die Notwendigkeit von Restrukturierungen zur Folge.¹⁴

Der erste Versuch geschah während der Militärdiktaturen mit der Aufnahme von Krediten bei ausländischen Banken, um das inländische Kapital zu erhöhen und die Infrastruktur für die Entwicklung der nationalen Industrien zu fördern. Diese Politik scheiterte und führte zu einer exzessiven Auslandsverschuldung mit späterem Zahlungsaufschub. Die Staaten ersuchten dann die Hilfe des WWF, die nicht ausreichend war. Wegen des Zahlungsaufschubs verloren die ausländischen Bank ihr Vertrauen und liehen diesen Ländern kein Geld mehr, was zu einer schweren Krise in Lateinamerika von 1988 bis 1992 führte. Die gefundene Lösung der dann demokratischen Regierungen

¹² vgl. Pretissans Aguilar, Ricardo: La brecha digital: situación regional y perspectivas, S. 55ff.

¹³ vgl. Minassian, Ara Apkar, Curso de „Legislações de TV: Regulamentação de TV Aberta, por Assinatura e Telecomunicações des Instituto de Estudos de Televisão, S.45

¹⁴ vgl. Cordovil, Leonor Augusta Giovani: A Intervenção Estatal nas Telecomunicacoes, A Visão do Direito Económico, S.46

war die Öffnung der Märkte für ausländische Investitionen mittelbar durch Kapitalanlagen oder unmittelbar durch die Privatisierung von staatlichen Unternehmen.¹⁵

Dazu zählt auch die Konvergenz im Multimediabereich als eine aktuelle Notwendigkeit der Medienunternehmen auf Grund der ziemlich teuren Technologien, der Erhöhung der Produktion, der systematischen Forschung, des globalen Marketings und des starken internationalen Wettbewerbs. Deshalb schließen die Transnationalen verschiedene Arten von Partnerschaften und Fusionen auf globalem und regionalem Niveau. Dabei wird der Wettbewerb auf eine kleine Gruppe von „Global Player“ reduziert und die kleineren Unternehmen haben fast keine Chance mehr auf dem Markt. In diesem Kontext ist Lateinamerika mit seinem riesigen Verbrauchermarkt und seinen politischen und juristischen Schwächen ein hervorragendes Investitionsgebiet.¹⁶

In den Industrieländern liefern die transnationalen Unternehmen positive Resultate: Der Technologietransfer kommt durch Forschung, Innovationen in Produktion und Unternehmensverwaltung, Aus- und Fortbildung von Fachpersonal den lokalen Unternehmen zu gute. Die Investitionen in der Erforschung von Schlüsseltechnologien fördern eine Wissensinfrastruktur, die sich in der Allgemeinheit widerspiegelt und damit die wirtschaftliche Entwicklung fördert.¹⁷

Im Gegensatz dazu sind die Auswirkungen in den Schwellenländern nicht immer zufriedenstellend. Da diese Länder eine mangelhafte Infrastruktur zur Aufnahme der eingeführten Technologien haben, werden diese nur von einem kleinen Teil der ausländischen Unternehmen genutzt. Die Mehrheit der Arbeitskräfte sind unqualifiziert, hat Schwierigkeiten, den Umgang mit den neuen Technologien zu erlernen und diese in den Unternehmen einzusetzen.

¹⁵ vgl. Fiorati, Jete Jane: *As Telecomunicacoes nos Direitos interno e Internacional: O Direito Brasileiro e as regras da OMC*, S.72ff

¹⁶ vgl. Moraes, Dênis de: *A comunicação sob domínio dos conglomerados multimídias*, Sala de Prensa 9. Juli 1999, Año II, Vol. 2, S.3

¹⁷ vgl. Fiorati, Jete Jane: *As Telecomunicacoes nos Direitos interno e Internacional: O Direito Brasileiro e as regras da OMC*, S. 341f.

Dies hat eine technologische Abhängigkeit vom Ausland zur Folge, die häufig lokale Innovationen und Forschung zum Scheitern bringen, da die Forschungen der transnationalen Unternehmen auf das Heimatland konzentriert sind und sie ihre bereits erprobten Produkte mitbringen.¹⁸

Außerdem besteht in den Gastländern die Besorgnis, dass in ihre Souveränität durch ausländische Interventionen in ihre nationalen Wirtschaft eingegriffen wird. Denn die Transnationalen haben die Tendenz, die wirtschaftliche und politische Philosophie ihrer Heimatländer mitzubringen. Die Regulierung des internationalen Handels durch internationale Organisationen, wie die WTO, und der Rückzug des Staates von der Regulierung der Wirtschaft verstärkt die Macht der transnationalen Unternehmen, insbesondere in den Schwellen- und Entwicklungsländern.¹⁹

Das soziale und kulturelle Leben der Gastländer wird ebenso durch die transnationalen Unternehmen beeinflusst. Ihre große Präsenz in den Medien verstärkt den Einfluss und ihre Kontrolle über diese. Die Verbraucher schätzen ausländische Produkte, die ihrem Bedarf und Geschmack nicht entsprechen, mehr als einheimische, so dass Bedürfnisse geweckt werden, die der Kultur und Gesellschaft ganz fremd sind. Die Verzerrungen im lokalen Markt verursachen Wandlungen in der Kultur.²⁰

3. Die Konzentration und ihre „Player“

3.1. Die vier großen regionalen Unternehmen:

Die Multimediagruppen Globo, Televisa, Cisneros e Clarín dominieren den regionalen Markt und agieren ähnlich wie die „Global Player“. Sie sind in vielen Sektoren der Industrie und des Handels tätig. Sie haben wechselnde Partnerschaften, beispielsweise sind Globo und Televisa Partner bei SKY LA (Latin America) und Clarín und Cisneros bei DirecTV LA verbündet. Sie gehen auch Partnerschaften

¹⁸ vgl. a.a.O., S. 342

¹⁹ vgl. a.a.O., S.343

²⁰ vgl. a.a.O., S. 342f.

mit Transnationalen ein, wie z.B. die Teilhabe von Globo an einem Konsortium aus vielen Unternehmen aus Argentinien, Bolivien, Brasilien, Chile und Paraguay unter der Führung der Telecom Itália, um Telekommunikationsdienstleistungen in Argentinien, Bolivien, Brasilien, Chile, Kuba und Paraguay anzubieten.²¹

Sky und DirecTV sind Unternehmen im Bereich der Satellitendienstleistungen. Sky LA wurde von Rupert Murdochs News Corporation für Satellitendienstleistungen in Lateinamerika gegründet. Sky hat drei Allianzen in Lateinamerika: Netsat (Globo), Inova (Televisa) und Sky Multi-Country Partners (Miami, für das übrige Lateinamerika) und es ist deswegen in Argentinien, Brasilien, Chile und Kolumbien tätig. DirecTV LA gehört Hugles Eletronics Corporation (Tochtergesellschaft von General Motors) und zwei Minderheitsaktionären, Cisneros und Clárin. Es erreicht Argentinien, Brasilien, Chile, Kolumbien, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Mexiko, Nicaragua, Panama, Puerto Rico, Trinidad und Tobacco, Venezuela und die Karibik.²²

Im August 2006 veröffentlichte Sky und DirecTV seinen Zusammenschluss in Brasilien. Die Vereinbarung besteht aus der Übernahme der Aktienanteile der News Corporation und Liberty Media an Sky Brasil durch DirectTV Group. Sky Brasil gehört zu ca. 74% der DirecTV-Group und 26% Globo. Zusammen haben sie in Brasilien ein Drittel aller Pay-TV Abonnements und fast alle Abonnements des Pay-TV via Satellit. Diese Fusion beendet eine Reihe von Vereinbarungen zwischen News Corporation, Liberty Media International, Globo und Televisa, um die Plattformen von Sky LA und DirecTV LA in vielen Ländern Lateinamerikas in eine einzige zu überführen. Damit haben DirecTV und Sky Mexiko (41% der Aktien gehören der DirecTV Group) dann gegen vier Millionen Abonnements in Lateinamerika.²³

²¹ vgl. Mastrini, Guillermo u. Becerra, Martín: 50 Años de concentración de medios en América Latina, S. 9

²² vgl. a.a.O., S.17

²³ vgl. Globo: Sky e DirecTV concluem fusão de negócios no Brasil, vom 25.08.2006

a. Globo

Die Holding von Roberto Marinho, die damals schon eine landesweite Zeitung hatte, stieg in das Rundfunkgeschäft in den 60-er Jahren mit dem Fernsehsender TV Globo ein. Roberto Marinho unterstützte die Militärdiktatur ab 1964 und im Gegenzug dafür hat die Regierung keinen großen Widerstand gegen die damalige Partnerschaft von Globo mit Time-Life gesetzt, obwohl dies gesetzlich verboten war. Globo nutzte die großen Investitionen der Regierung in die Telekommunikation in dieser Zeit aus, um auf dem ganzen Staatsgebiet zu expandieren und seine Wettbewerber aus dem Markt zu verdrängen.²⁴

Wie das Unternehmen selbst bekennt, setzt der Inhalt der Globo-Produktion schon lange Trends, schafft Gewohnheiten und hilft beim Absatz von Produkten. Globo hat 121 Sendeanstalten (eigene oder in Partnerschaft mit lokalen Unternehmen), erreicht 99,84% der 5.043 brasilianischen Stadtkreise, strahlt 24 Stunden Sendungen aus und hat folgende Zuschauerquoten: 74% in der Prime Time, 56% morgens, 59% nachmittags und 69% abends. Zur Gruppe Globo gehört auch Globo Marcas (900 Produkte hat die Marke Globo, von Spielzeug bis zur Kosmetik, von Ernährung und Kleidung bis zu sozialen Projekten und Fernsehsendungen), Globo Filmes (ihre Filmen erreichen 77% der Zuschauer und verbuchen 54% der Einnahmen im nationalen Kinomarkt), Som Livre (Globo System für audiovisuelle Produktionen, die CD's und DVD's von vielen sehr bekannten Sängern und Musikgruppen herstellt und vertreibt die CD's und DVD's mit Musik und Sammlung seiner eigenen Sendungen), ein Unterhaltungspark in Rio de Janeiro, Globosat (Satellitenfernsehpakete), Globo Radio (unzählige Radiosender), etc. Sie verkauft seine Fernsehproduktionen in ca. 130 Ländern weltweit und überträgt den Kanal Globo International in Europa, der über Abonnement empfangbar ist.²⁵

²⁴ vgl. Mastrini, Guillermo u. Becerra, Martín: 50 Años de concentración de medios en América Latina, S. 4

²⁵ vgl. Website von Globo: Institucional

Zu seinem Eigentum gehören auch 51% des Kabelnetzbetreiber NET (49% gehört Telmex, dem größten Aktionär der Embratel), der auch gleichzeitig Programmanbieter ist. NET hat den zweitgrößten Wettbewerber VIVAX gekauft.²⁶ Sein Marktanteil betrug 75% im Mai 2007.²⁷

Seit kurzem werden auch Kurznachrichten per SMS verkauft, die man nach Interesse auswählen kann, und verschiedene Abonnementnachrichtenpakete werden für die nächste Zeit versprochen.²⁸

Die Beziehung von Globo zur Politik hat viele konkrete Beispiele in der brasilianischen Geschichte. Ein Beispiel dafür war der direkte Beitrag von Roberto Marinho zur Wahl und zum Amtsenthebungsverfahren des Präsidenten Collor de Mello, wie seine Frau selbst gestand.²⁹ Die Einmischung von Globo in der Politik ist weiter so stark, das viele schon sagen, dass Globo die vierte Gewalt im Staat sei.

b. Televisa

Die Familie Azcárraga gewann ihre Erfahrungen im Medienbereich mit dem Betrieb von Radiostationen, die mit nordamerikanischen Radiokanälen verbunden war. 1955 hatte sie schon die Hegemonie im Markt bei der Kontrolle des Telesistema Mexicano de Televisión (Vorläufer der Televisa), die die einzigen drei zu jener Zeit verfügbaren mexikanische Fernsehkanäle betrieb. Sie hatte enge Beziehung zur PRI (Partido Revolucionário Institucional: lange Jahre Regierungspartei): Es gab eine so enge Beziehung, dass einige Televisa-Aktionäre ihre Führungspositionen in diesem Unternehmen zeitweise aufgaben, um als Abgeordnete der PRI im Parlament zu arbeiten. Televisa hat seine politische Einflussnahme und sein fast

²⁶ vgl. ebd.

²⁷ Minassian, Ara Apkar: Referat "Convergência Tecnológica e seus Impactos Concorrênciais, Audiência – CADE", vom 10.07.2007, S.28

²⁸ vgl. Website von Globo: Angebot von SMS-Nachrichten

²⁹ vgl. Leal Filho, Laurindo Lalo: TV sob Controle, A resposta da sociedade ao poder da televisão, S.161f.

20-jähriges Monopol ausgenutzt, um sein Imperium zu erweitern. Seine Strategie war, eigene Produktionen zu entwickeln und in allen Medien mit dem Ziel zu verbreiten, nicht nur den lateinamerikanischen Markt sondern auch den spanischsprachigen nordamerikanischen Markt zu bedienen. So war es Pionier bei der Nutzung von Videos und Satelliten (Televisa= Televisión via Satélite) und in der Entwicklung von Fernsehdienstleistungen für die spanischsprachige Bevölkerung in den USA, durch ihre Teilhabe an Univisión seit 1976. Seit den 90-er Jahren hat sie Konkurrenz durch TV Azteca in Mexiko bekommen, aber dennoch haben seine vier Fernsehkanälen zusammen mehr als 75% des Zuschaueranteils. Weiterhin hat es 300 Fernsehstationen, mit denen es 60% seines Gewinns generiert. Televisa ist heute der wichtigste spanischsprachige Produzent. Außerdem hat es 51% de Cablevisión (das zweitgrößte Kabelfernsehunternehmen in Mexiko), und 60% von Inova, die das Signal DTH von SKY kontrolliert. Sie hat auch eine Vereinbarung mit Telmex, dem mexikanischen Marktführer in der Festnetztelefonie.³⁰

c. Cisneros

Diego Cisneros hatte eine vielfältige Unternehmensholding in Venezuela aufgebaut. Er hat sich mit der Lizenzierung der Herstellung von Pepsi Cola (das einzige Land, wo Pepsi mehr als Coca Cola verkauft wurde) hervorgetan. 1996 gab es eine große Kehrtwende: Er wechselte von Pepsi Cola zu Coca Cola. Über Nacht wurde Coca Cola das meist verkaufte Getränk, da Cisneros die Logistik im Getränkebereich beherrscht³¹.

Erst Anfang der 60-er Jahre fing er mit dem Rundfunkgeschäft an: Um den Fernsehkanal Venevisión zu konsolidieren, verkaufte Cisneros trotz gesetzlichen Verbotes Teile seines Aktienpaketes an ABC und Paramount. Wieder einmal findet man in Venezuela die intensive Beziehung zwischen der Regierung und den Eigentümern von Medienunternehmen: Diese haben dem Land ihre wirtschaftlichen

³⁰ vgl. Mastrini, Guillermo u. Becerra, Martín: 50 Años de concentración de medios en América Latina, S. 4 u.13

³¹ vgl. a.a.O., S.4 und 20

Spielregeln aufgezwungen, ohne die politischen Vorhaben der Regierung zu kompromettieren.³² Die Gruppe Cisneros ist weiterhin in vielen Industriebereichen tätig, jedoch sind die Kulturindustrie und insbesondere die audiovisuelle Industrie ihre Haupteinnahmequelle. Sie kontrolliert viele Fernsehkanäle in Venezuela (Venevisión), Chile (Chilevisión), Kolumbien (Caracol) und Karibik (Caribbean Communication Network). Außerdem ist sie der größte Aktionär des Senders Univisión in den USA, Geschäftspartner der DirecTV Latin America (DTH-PayTV), in Partnerschaft mit AOL betreibt sie AOL Latin America und kontrolliert das Portal „El Sitio“ (eines der meistbesuchten spanischsprachigen Portale).³³

Venevisión machte eine politische Kehrtwende: Sein Präsident Gustavo Cisneros wandelte sich von einem der Hauptförderer des Militärputsches von 2002 zum Verbündeten der Regierung Chavez. Sein Konkurrent, der regierungskritische Fernsehsender RCTV, war vor dem Konzessionsentzug im Mai 2007 der größte Fernsehsender in Venezuela, gefolgt Venevisión, beide zusammen mit einer Zuschauerquote von 80%. Während der Abschaltung von RCTV wechselte die Mehrheit der Zuschauer zu Cisneros Venevisión, der in dieser Zeit der einzige landesweite Fernsehsender war.³⁴ RCTV ging am 16.07.07 nach 49 Tagen wieder als Pay-TV auf Sendung, das aber nur von 21 Prozent der Bevölkerung empfangen werden kann.³⁵

d. Clarín

Die Tageszeitung „Diario Clarín“ festigte ihre Hegemonie im argentinischen Zeitungsmarkt, bis zu dem Punkt, dass sie die meistgelesene spanischsprachige Zeitung wurde. Damit konnte die Gruppe Clarín mit voller Kraft 1980 in den Rundfunkmarkt eintreten

³² vgl. a.a.O., S.4f.

³³ vgl. a.a.O, S.5 u.14

³⁴ vgl. Carpineta, María Laura: Teodoro Petkoff, exguerrillero, periodista y líder opositor “Nadie miente más que un gobierno” in: Sala de Prensa 102, Junio 2007, Año IX, Vol. 3

³⁵ vgl. Maisonnave, Fabiano: Chávez culpa EUA por mal-estar com Brasil, in: Folha Online vom 17.07.2007

und zu einem der größten Medienunternehmen der Region werden. Die Verzögerung des Markteintritts liegt an der argentinischen Geschichte: Nach 1955 wurden ausländische Investitionen im Rundfunkbereich und die Bildung von landesweiten Fernsehsendern verboten, zugleich wurde der Wettbewerb zwischen den verschiedenen Fernsehsendern gefördert. In den 70-er Jahren, als das ausländische Kapital vollständig zurückgezogen worden war und als die ersten nationalen Mediengruppen entstanden, begann die Regierung mit der Verstaatlichung der Rundfunklizenzen bis zur Monopolisierung von Produktion und die Ausstrahlung des Fernsehens.³⁶

Clarín hat zuerst den Radiokanal Mitra (einer mit der größten Zuhörerschaft) trotz gesetzlicher Bestimmungen, die bis 1989 die Teilhabe von Druckunternehmen im audiovisuellen Bereich verboten, gekauft. Mit Canal 13 hat es sich in Argentinien als Multimediaunternehmen konsolidiert. 1992 wurde es Aktionär beim Kabelfernsehen Multicanal (Pay-TV), der der Marktführer im Kabelgeschäft in Lateinamerika wurde, und seit 1995 wurde es Alleineigentümer des Multicanal. Dazu hat die Gruppe Kapitalbeteiligungen im Telekommunikationsbereich an CTI (Festnetz) und Mobilfunkunternehmen und auch im Satellitenbereich an DirecTV Latin America.³⁷

3.2. Europäische Unternehmen in Südamerika

Die schnelle technologische Entwicklung, die Marktöffnung, die Deregulierung und die wachsende Bedeutung der transnationalen Unternehmen sind entscheidende Faktoren für das Verständnis des Prozesses der Globalisierung der Telekommunikationsindustrie und ihres Einflusses in Lateinamerika. Seit den 1990-er Jahren begannen die Privatisierungen im Telekommunikationsmarkt mit dem Hauptziel, diesen Markt ausländischem Kapital zu öffnen, wie in Argentinien, oder die nationalen Unternehmen zu stärken, wie in Mexiko. Das Ziel der

³⁶ vgl. Mastrini, Guillermo u. Becerra, Martín: 50 Años de concentración de medios en América Latina, S.5

³⁷ vgl. a.a.O., S.14

Stärkung des Wettbewerbs war mit Ausnahme Brasiliens kein erklärtes Ziel der Regierungen. Infolgedessen wurden oftmals die staatlichen in private Monopole umgewandelt: Von Anfang an geschah dies auf der Grundlage von Dekreten der Exekutive, ohne Gesetzgebung und ohne wirtschaftspolitische Konzepte. Die Regulierung des Telekommunikationsmarktes wurde erst später eingeführt. So haben die europäischen Multimedia- und Telekommunikationsunternehmen die lateinamerikanischen Staaten als eine gute Möglichkeit genutzt, in einem Markt zu expandieren, der große Wachstumsraten versprach, große Mängel in der Infrastruktur aufwies und über eine ungesättigte Nachfrage verfügte.³⁸

In diesem Kontext sind die spanische Telefónica und Telecom Itália zuerst im Rahmen der Privatisierung in den Festnetzmarkt eingetreten, danach in die Segmente Mobilfunk, Internet, Datenübertragung und Multimedia. Die beiden Unternehmen kontrollierten in weiten Teilen Lateinamerikas die Privatisierung des Mobilfunks.³⁹

Nach der Privatisierung 1997 trat die Telefónica Spanien 1998 mit der Operation Verónica mit einem Volumen von fast 20 Mrd. US\$ in den argentinischen, brasilianischen und peruanischen Telekommunikationsmarkt ein. Sie wurde das Unternehmen mit der größten Abdeckung und war bereits 2001 Marktführer in allen Segmenten in den meisten Ländern Lateinamerikas.⁴⁰

1991 trat die Telecom Itália in Zusammenarbeit mit France Télécom in den südamerikanischen Markt mit dem Kauf von 60% der Telecom Argentina ein. In Brasilien deckte die Brasil Telecom (Holding der Telecom Itália) 30% des Staatsgebietes ab und war 2001 der erste landesweite Anbieter von Mobilfunk. In Chile übernahm sie 54,75% von Entel, die 1998 das erste GSM-Netz in Lateinamerika einführte.⁴¹

³⁸ vgl. Tapia Ormizábal, René: O Investimento Internacional no Sector das Telecomunicações na América Latina, S. 445 ff.

³⁹ vgl. ebd.

⁴⁰ vgl. a.a.O., S. 446 ff.

⁴¹ vgl. a.a.O., S. 452

Nach der Privatisierungswelle gab es eine weitere Welle von Markteintritten durch globale Telekommunikationsunternehmen, wie z.B. Vodafone. In Partnerschaft mit Unternehmen der verschiedensten Branchen (z.B. Tourismus, Kino und Meteorologie) setzte Vodafone in Zusammenarbeit mit Ericsson und Nokia auf die Mobiltelefone der dritten Generation und auf das System UMTS. In ihrer Expansionsstrategie in Lateinamerika zählte sie auf die Unterstützung von Verizon, dem Marktführer in CDMA.⁴²

Der brasilianische Festnetzmarkt bei den Inlandstelefonaten ist 2007 wie folgt aufgeteilt: Telefónica mit 23%, Brasil Telecom (Telecom Italia) mit 21% und Embratel (Telmex) 23%. Bei den Auslandstelefonaten beherrscht Embratel den Markt mit 57%. Im Mobilfunkmarkt hat Telecom Italia (TIM) einen Marktanteil von 24,7% und Telefónica (Vivo) 29,37%.⁴³

Endemol Corporate Communications ist ein Beispiel für eine andere Form des Markteintritts. Es ist in Argentinien, Chile, Kolumbien (Endemol Andino mit RTI), Brasilien (mit Globo) und Mexiko (mit Televisa) tätig.⁴⁴ In Brasilien hat sie ihren Vertrag mit Globo Ende 2006 erneuert. Endemol Andino traf 2005 eine Vereinbarung mit RTI (der Marktführer in der Produktion von Telenovelas) und Tepuy (einer der größten Vertriebsunternehmen von Telenovelas in Südamerika). Damit ist es auch in Venezuela, Ecuador, Peru und Bolivien tätig. Es wird auf seiner Internetseite über die Anstrengung bezüglich größerer Investitionen auf diesem schnell wachsendem Markt mit Hilfe seiner Unternehmensstrukturen in Argentinien hingewiesen.⁴⁵ In Mexiko schlossen sich Televisa und Endemol im Oktober 2002 bei der Produktion von Telenovelas und interaktiven Produkten unter einer Beteiligung von je 50% zusammen.⁴⁶

⁴² vgl. a.a.O., S.453ff.

⁴³ vgl. Minassian, Ara Apkár, Curso de „Legislações de TV: Regulamentação de TV Aberta, por Assinatura e Telecomunicações des Instituto de Estudos de Televisão, S.40ff.

⁴⁴ vgl. Website endemol: Global Presence

⁴⁵ vgl. endemol: Endemol further strengthens Latin American Business vom 23.11.2006

⁴⁶ vgl. Capistrán, Jacob Bañuelos: Reality shows: lo que viene

4. Die Situation im Einzelnen

4.1. Argentinien

a. Portrait:

Die erste Maßnahme bzgl. der Medien der Regierung Menem war die Änderung des Rundfunkgesetzes N° 22.285 von 1980 per Präsidentialdekret wegen Dringlichkeit und Notwendigkeit im Jahre 1989. Die Änderungen legitimierten eine seit der Mitte der 80-er Jahren bestehende Situation, in der einige Druckmedienunternehmen die elektronischen Medien mittels Strohleute kontrollierten, und erlaubten die Kontrolle der frei empfangbaren Fernsehsender durch wirtschaftliche Gruppen. Dies hatte eine Medienkonzentration zur Folge, wie die Bildung der Gruppe Clarín zwischen 1989 und 1994 und CEI-Telefonica von 1995 bis 1999. In Argentinien ist die Konzentration im Medienbereich und ihre Allianzen mit den Telekommunikationsunternehmen ein Angriff auf die Informationsvielfalt.⁴⁷

Die Gruppe Clarín beispielsweise war 2001 in vielen Marktsegmenten tätig, wie z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Druckpapier, Nachrichtenagentur, frei empfangbares Fernsehen, Radio, Kabelfernsehen, Satellitenfernsehen, Festnetztelefon und Fernsehantennen in Uruguay und Chile. Ebenso hat diese Gruppe Vereinbarungen mit ausländischen Unternehmen, wie z.B. Editorial Abril (Brasilien), Cisneros, Reuter, usw. getroffen.⁴⁸

In Argentinien ist Telefónica wie auch in anderen Ländern in vielen Marktsegmenten tätig, wie z.B. Festnetz- und Mobiltelefon, frei empfangbares Fernsehen, Kabelfernsehen, MW- und UKW-Radios, Internet und Zeitschriftenvertrieb.⁴⁹

⁴⁷ vgl. Castro, Jorge O. u. Petraglia, Ricardo N., *Conformación oligopólica de las Telecomunicaciones en la República Argentina: otra muestra de la realidad latinoamericana*

⁴⁸ vgl. ebd.

⁴⁹ vgl. ebd.

b. Verfassungsrechtliche Grundlagen

Die Argentinische Verfassung (AV) von 1994 hat keine besonderen Kapitel für die Grundrechte und soziale Kommunikation. Die Grundrechte sind im Verfassungstext zerstreut und werden nur in Halbsätzen erwähnt. Die Pressefreiheit ohne vorherige Zensur ist ausdrücklich in den Art. 14 und 32 geschützt. Nach Art. 75 (22) sind Internationale ratifizierte Verträge und Konventionen über die Menschenrechte erwähnt, die Verfassungsrang haben, keine anderen Verfassungsbestimmungen aufheben, und als Ergänzung der Verfassungsgarantien und- rechte dienen, z.B. Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, Internationaler Pakt über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte, Internationaler Pakt über bürgerliche und politische Rechte und sein dazugehöriges Zusatzprotokoll, Konvention über die Verhütung und Bestrafung des Völkermordes, die Konvention über die Rechte des Kindes und die amerikanische Konvention über die Menschenrechte.

Der Oberste Argentinische Gerichtshof hat 1997 im Fall „Chocobar“ entschieden, dass es keinen Konflikt zwischen der argentinischen Verfassung und allen internationalen Dokumenten des Art. 75 (22) AV gibt. In diesem Sinne sind die freie Meinungsäußerung und die Informationsfreiheit in Art. 13, §1 der amerikanischen Konvention über die Menschenrechte geschützt.⁵⁰

c. Gesetz zum Schutz des Wettbewerbs (GSW)

Es sind verboten und werden sanktioniert alle Arten von Vereinbarungen und Verhaltensweisen bzgl. der Produktion und Handel von Gütern und Dienstleistungen, die beabsichtigen oder bewirken, den Wettbewerb oder den Marktzugang zu begrenzen, einzuschränken, verfälschen oder zu verzerren, oder die einen Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung darstellen (Art.1).

Art. 2 bringt eine Aufzählung der Verhaltensweisen, die den Wettbewerb beschränken, die in großen Teilen den Art. 81 und 82 EGV ähneln.

⁵⁰ Sagués, Néstor Pedro, Judicial Censorship of the Press in Argentina, S.47f.

Die Definition einer marktbeherrschenden Stellung nennt keinen bestimmten Marktanteil, ab dem eine solche angenommen wird. Nach Art. 4 hat ein Unternehmen eine marktbeherrschende Stellung, entweder, wenn es als der einzige Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen auf dem nationalen Markt oder in einem oder mehreren Teilen der Welt tätig ist, oder, wenn es nicht das einzige Unternehmen ist aber keinem wesentlichen Wettbewerb unterliegt, oder, wenn es aufgrund seines Grades an vertikaler und horizontaler Konzentration den Marktzugang kontrolliert.

Nach Art. 7 ist die wirtschaftliche Konzentration verboten, die die Einschränkung oder Verzerrung des Wettbewerbs tatsächlich oder möglicherweise bezwecken oder bewirken in der Art, dass Schaden am allgemeinen wirtschaftlichen Interesse entsteht. Unter wirtschaftliche Konzentration fallen u.A. alle Formen der Kontrolle von einem oder mehreren Unternehmen durch Fusionen, Aktientausch oder Übernahme (Art. 6). Die Vereinbarungen, die das Gesamtgeschäftsvolumen von 2 Mio. Pesos überschreiten, müssen vorher dem Gericht zum Schutz des Wettbewerbs zur Beurteilung eingereicht werden (Art. 8).

Der Mechanismus zur Kontrolle von wirtschaftlichen Gruppen nach o.g. Gesetz erfasst nicht alle Arten von wirtschaftlichen Gruppen, sondern nur diejenigen, die vom Gesetz beschrieben werden. Infolgedessen kann es passieren, dass eine nach betriebswirtschaftlichen Definitionen echte wirtschaftliche Gruppe nicht vom Gesetz erfasst werden kann.⁵¹

4.2. Brasilien

a. Portrait

Die brasilianische Situation in Medienbereich ist kritisch und braucht dringend drastische Veränderungen. Mit stark ausgeprägter Profitmaximierung der Medienunternehmen, der immer hohen vertikalen, horizontalen und krossmedialen Konzentration, schwierigem Sozial- und Wirtschaftszustand der Bevölkerung und mit großer

⁵¹ vgl. Quaglia, Marcelo, La Definición de Concentración Económica Dentro De La Ley De Defensa De La Competencia Argentina (LEY 25.156), S.24

Einmischung der Medienunternehmen in die Politik und Gesetzgebung findet man in Brasilien ein hervorragendes Beispiel für alles, wovor sich man in Europa in Bezug auf Medien fürchtet.

Der Kommerzielle Rundfunk wird vor Allem durch Werbung finanziert, was zur Folge hat, dass die Programme und die Produktionen nach der Diktatur der Zuschauer- und Zuhörerquoten produziert werden. Obwohl Globo durchschnittlich etwa 54% Zuschauerquote hat, soll auch ihre Konkurrenz erwähnt werden.

Der zweite große Fernsehsender ist Rede Record von Edir Macedo, dem religiösen Führer und Inhaber der „Igreja Universal do Reino de Deus“ (IURD), einer sehr erfolgreichen evangelikalen Kirche in Brasilien. Zu seinem Medienimperium gehören außerdem Radiosender, Internetportale, Zeitschriften, Verlage, Bücher und Zeitungen. Eines davon, das Wochenblatt Folha Universal hat eine Auflage von 2,3 Millionen und ist das größte in Brasilien. Als Autor verkaufte Edir Macedo mehr als 10 Millionen Exemplare seiner 34 Bücher. Seine Kirche ist in 172 Länder mit 4.748 Tempeln und 9660 Pastoren tätig.⁵²

1990, als die IURD Rede Record übernahm, bekämpfte sie die linken und Mitte-Links-Parteien. Aber seit 2002 unterstützen die von den Gläubigen der IURD gewählten Parlamentarier die Regierung Lula, was eine Änderung der politischen Strategie der Evangelikalen darstellt. Ihr Kampf gegen die Hegemonie von Globo bringt der IURD Sympathien auch von ihren Kritikern ein.⁵³

Mit durchschnittlich 17,25% der Zuschauerquote im September 2007 kommt SBT der Gruppe Silvio Santos, die schon seit 25 Jahren eine Konzession innehat, als dritter großer Fernsehsender. Seine Hauptfigur ist Silvio Santos (Pseudonym von Senor Abravanel), der selbst viele Shows des SBT präsentiert und seit mehr als 30 Jahren bei den Brasilianern beliebt ist. Außer seinen Glücksspiel-Geschäften „Tele Sena“ und „Baú da Felicidade“, für die immer Marketing durch Silvio Santos Sendungen im Fernsehen gemacht wurde, hat

⁵² vgl. da Silva, Deonísio, MÍDIA & RELIGIÃO, Revelações de Edir Macedo

⁵³ vgl. Beraba, Marcelo, O BISPO, Depois do ‘chute na santa’, Universal muda a imagem vom 16/10/2007

SBT Exklusivverträge mit Televisa für die Ausstrahlung vieler ihrer Produktionen, produziert die brasilianische Version von „Wer wird Millionär“ (Show do Milhão) und ist eine Partnerschaft mit Disney und Warner Bros eingegangen. Bevor sie ihren ersten Fernsehkanal eröffnete, war die Gruppe Silvio Santos ein renommiertes Unternehmen im Bereich der künstlerischen Produktion, der Werbung und Anzeigen. SBT besitzt 105 Sendestationen mit einem 24-Stunden-Programm, das in 95% des brasilianischen Staatsgebietes empfangen werden kann.⁵⁴

Silvio Santos kandidierte 1989 für die brasilianische Präsidentschaft. Das Kuriose an der Kandidatur war, dass er erst zwei Wochen vor der Präsidentschaftswahl als Kandidat der PMB antrat, was vom Obersten Wahlgericht (TSE) kurz vor der Wahl abgelehnt wurde. Einer der angegebenen Gründe war die Unwählbarkeit von Silvio Santos, weil dieser für die Kandidatur seine Funktion als Geschäftsführer des SBT mindestens drei Monate vorher hätte aufgeben müssen.

b. Grundrechte und Grundfreiheiten

Art. 5 der brasilianischen Verfassung von 1988 (CF/88) beinhaltet die meisten Grundrechte und die Grundfreiheiten. U.A. sind folgende Rechte genannt: Abs. IV garantiert die Meinungsäußerung aber ohne Anonymität, Abs. IX den freien Ausdruck der intellektuellen, künstlerischen, wissenschaftlichen und kommunikativen Aktivitäten, unabhängig von Zensur oder Lizenz, und Abs. XIV den Informationszugang. Die Grundrechte und Grundfreiheiten sind direkt wirksam und Rechte aus einem völkerrechtlichen ratifizierten Vertrag sind nicht ausgeschlossen (Art. 5 §§ 1 und 2).

Es gibt nach Art. 220 keine Beschränkungen der Gedankenäußerung, der Meinungsbildung und der Information in jeglicher Form, Verfahren oder Mittel, außer denen, die in Verfassung vorgesehen sind. Die Zensur ist verboten (§2) und keine Gesetze

⁵⁴ vgl. Website von SBT: Institucional

können nach §1 die Pressefreiheit beschränken, außer die folgenden verfassungsrechtlichen Schranken in Art. 5: IV (Anonymität), V (Recht auf Gegendarstellung und auf Schmerzensgeld und Schadenersatz), X (Recht am eigenen Bild und auf Schutz der Privatsphäre, Intimität und Ehre), XII (fehlende Qualifikation für die Ausübung der Berufsfreiheit) und XIV (Schutz der Informationsquellen für Journalisten). Nach Art.220 §3 ist die Regulierung der öffentlichen Unterhaltung und Ereignisse, wie Klassifizierung der Alters der Zuschauer und des geeigneten Darbietungsortes, sowohl die Schaffung von Rechtsmitteln zum Schutz der Personen und der Familien vor rechtswidrigen Radio- und Fernsehprogrammen und vor Werbungen für gesundheits- und umweltschädigende Produkte oder Dienste, mittels Bundesgesetze zu schaffen. Außerdem können die Rundfunk- und Pressefreiheit im äußersten Notstand beschränkt werden (Art. 139, III).

In den Schutzbereich der Meinungsäußerung fällt nicht nur das Recht, die Meinung mündlich oder schriftlich auszudrücken, sondern auch das Recht auf Zugang zu Informationen durch Lesen, Hören und Fernsehen. Das Anonymitätsverbot dient der Verhütung von Straftaten, dem Schutz des guten Rufes oder der Rechte der anderen, der Aufrechterhaltung der Ordnung und dem Schutz des sozialen Gemeinwohls.⁵⁵

Trotz des Zensurverbots sind die Haftung für den Missbrauch von Meinungsäußerung und der Schutz der Rechte anderer nicht auszuschließen. Das hat z.B. zur Folge, dass die Reglementierung der Shows per Gesetz (wie ihre Klassifizierung des Alters der Zuschauer und Festlegung von Darbietungsort und -zeit) zum Schutz der Kinder und Jugendlichen (Art. 226-230 CF/88) kompatibel mit Kommunikations- und Pressefreiheit sind. Das wurde sogar in der Rechtsprechung (TRF-RJ 139/119) bekräftigt.⁵⁶

⁵⁵ vgl. Moraes, Alexandre de: Direitos Humanos Fundamentais, S.113f.

⁵⁶ vgl. a.a.O., S.128ff.

c. Rundfunkregelungen

Bei der Produktion und Programmgestaltung in Radio und Fernsehen sollen nach Art. 221 CF/88 die folgenden Prinzipien beachtet werden: Vorrang des bildenden, künstlerischen, kulturellen und informativen Zwecks, Förderung der nationalen und regionalen Kultur, sowie die Förderung der an diesem Zweck orientierten Produktion, Regionalisierung der kulturellen, künstlerischen und journalistischen Produktionen und der Respekt vor ethischen und sozialen Werten der Person und der Familie.

Der Bund hat die ausschließliche Kompetenz, Gesetze über Informatik, Telekommunikation und Rundfunk zu erlassen (Art. 22 IV). Es gehört auch zu seinen Kompetenzen, die Rundfunk- und Telekommunikationsdienste unmittelbar oder mittelbar durch Konzessionen, Einwilligung oder Erlaubnis zu betreiben (Art. 21, XII a). Die Veröffentlichung von Drucksachen braucht keine Lizenzierung (Art. 220 §6).

In Brasilien gibt es den kommerziellen Rundfunk und den Bildungsrundfunk mit Bildungsfernsehen, Bildungsradio, das Gemeinschaftsradio, staatliches Radio und Fernsehsender, wie TV Senado, TV Camara und der erste öffentliche Fernsehsender seit 2005: TV Brasil Internacional (finanziert von den drei Staatsgewalten).⁵⁷

Das Pay-TV via Kabel, MMDS und DTH sind eine Art von Telekommunikationsdienstleitungen und werden deshalb generell nach dem Telekommunikationsgesetz (TG) N°9.472 von 1997 geregelt (Art. 1), wobei MMDS und DTH als eine besondere Art von Telekommunikationsdienstleistung charakterisiert werden (Dekret N° 2.196 von 1997). Außerdem gibt es dazu spezifische Bestimmungen: Kabelfernsehen nach Gesetz N° 8.977/95, MMDS nach VO (Portaria) 254/97 und DTH nach VO 321/97. Die Konzessionen für Telekommunikationsdienstleistungen können für ausländische Unternehmen bewilligt werden, wenn sie nach brasilianischem Recht gegründet sind, Sitz und Verwaltung in Brasilien haben und wenn

⁵⁷ vgl. Website von TV Brasil

sie mit dem ausschließlichen Zweck gegründet wurden, die Objekt der Konzession zu betreiben (Art. 86 TG). Nur für den Betrieb von Kabelfernsehen muss mindestens 51% des Kapitals Brasilianern gehören (Art. 7 Gesetz N° 8.977/95)

Das brasilianische System von Digitalfernsehen wurde mit dem Dekret N°. 4.901 von 2003 eingerichtet. Aber der technische Standard ist nach Dekret N° 5.820 von 2006 festgelegt. Gewählt wurde das japanische System wegen des starken Drucks der kommerziellen Fernsehsender. Die Konsequenz ist die Erhaltung des Oligopols, da der japanische Standard den Zugang von neuen Sendern zum System behindert.⁵⁸

Der Rundfunk wird außerdem im Gesetz N° 4.177 von 1962 geregelt (Art. 215 TG) in Kombination mit verschiedenen nachfolgenden Normen. Die Vergabe der Konzessionen ist Kompetenz der Exekutive und die Telekommunikationsagentur ist für die Planung und Erteilung von Kanälen und für die Kontrolle der technischen Aspekte der Sendestationen zuständig (Art. 211 TG).

In jedem Fall muss mindestens 70% des Eigentums eines Presse- oder Rundfunkunternehmens einem geborenen oder mehr als 10 Jahren eingebürgerten Brasilianer oder einer nach brasilianisches Recht gegründeten juristischen Person mit Sitz in Brasilien gehören (Art. 222 caput CF/88). Nur geborene oder mehr als 10 Jahren eingebürgerte Brasilianer dürfen Verantwortung für die Gesellschaftsführung und für den Programminhalt, die Verlagsleitung, die Auswahl und die Leitung der Programmgestaltung übernehmen (Art. 222 §§ 1 und 2 CF/88). Die elektronischen Kommunikationsmedien unabhängig von der ausgewählten Technologie müssen die Prinzipien des Art. 221 CF/88 beachten und ein spezifisches Gesetz soll den Vorrang für Brasilianer beim Betrieb solcher Medien gewährleisten (Art. 222 §3 CF/88).

Bis 2002 war die ausländische Beteiligung in Rundfunk und Presse verboten. Dann gab es die Verfassungsänderung N° 36, die wiederum ein Ergebnis des Drucks der vereinten Anstrengungen der

⁵⁸ vgl. Leal Filho, Laurindo Lalo: TV sob Controle, A resposta da sociedade ao poder da televisão S.127

brasilianischen Medienunternehmer mit Hilfe des brasilianischen Staatspräsidenten war. 2002 erzielten sie weniger Einkommen wegen eines Rückgangs der Werbeeinnahmen aufgrund einer Verlangsamung der Konjunktur, da die Anzahl von Rundfunkanstalten inkompatibel mit dem Werbemarkt war⁵⁹.

Nur die Exekutive darf nach Art. 223 CF/88 Konzessionen und Lizenzen für Rundfunkdienstleistungen unter Beachtung des Ergänzungsprinzip des privaten, öffentlichen und staatlichen Systems nach Abstimmung im nationalen Kongress bewilligen und erneuern. Die Dauer der Konzessionen beträgt zehn Jahre für Radiosender und fünfzehn Jahren für Fernsehsender.

Die Begrenzung für die Anzahl von Konzessionen und Lizenzen ist folgendermaßen geregelt: zehn Fernsehstationen in ganz Brasilien, mit maximal 5 in VHF (hier werden nur die Rundfunkanstalten gezählt). Für Radio gilt: Im nationalen Bereich darf man zwei MW- und zwei in KW-Stationen, im regionalen Bereich darf man drei MW- und drei Tropische-Welle-Stationen (aber nur zwei pro Bundesland) und im lokalen Bereich sechs UKW- und MW-Stationen betreiben.⁶⁰

Ende 2006 wurden 135 Verfahren zur Erneuerung von Rundfunkkonzessionen im Block im brasilianischen Abgeordnetenhaus verabschiedet. Basis dieses Beschlusses war ein Bericht des Kommunikationsministeriums, der noch nicht einmal die Namen der Konzessionsinhaber auswies.⁶¹

Das Ministerium für Kommunikation hat sich im September 2007 geweigert, die Informationen über die Erneuerung vieler Konzessionen am 05.10.07, z.B. von Globo, SBT, Record und Bandeirantes zu veröffentlichen. Seit November 2003 gab es auf der Internetseite des Ministeriums für Kommunikation eine Liste mit den entsprechenden Konzessionsinhabern, die Ende 2006 ohne

⁵⁹ vgl. Leal Filho, Laurindo Lalo: TV sob Controle, A resposta da sociedade ao poder da televisão, S. 83f.

⁶⁰ vgl. Website des Ministeriums für Kommunikation

⁶¹ vgl. Ramos, Dhéa: Concessões foram renovadas em bloco in vom 06.12.2006

Begründung aus der Website entfernt wurde. Mit dieser Liste war es möglich, zu erkennen, abgesehen von den Strohmännern, dass viele Abgeordnete Inhaber von Rundfunkkonzessionen landesweit sind.⁶²

d. Wettbewerbsrechtliche Bestimmungen

Das Monopol und Oligopol im Bereich von Kommunikationsmedien darf mittel- und unmittelbar nicht existieren (Art. 220 §5 CF/88). Außerdem sind u.A. die Prinzipien der Verfassung in Bezug auf wirtschaftliche Aktivitäten, die nationale Hoheit, die soziale Verpflichtung des Eigentums, Niederlassungsfreiheit, den lautereren Wettbewerb, den Verbraucherschutz, die Überwindung von regionalen und sozialen Ungleichheiten und die Bekämpfung des Missbrauchs marktbeherrschender Stellung aufgezählt (Art. 170 CF/88).

Für die Regulierung dieser Prinzipien wurde u.a. das Gesetz N° 8.884 von 1994 mit dem Ziel der Prävention und Bekämpfung von Verletzungen der Wirtschaftsordnung (Art. 1) verabschiedet. Dieses Gesetz wird auf die Geschäftspraktiken auf dem Staatsgebiet, die Auswirkungen auf die Wirtschaft haben oder haben könnten, angewandt (Art. 2). Zur Bekämpfung rechtswidriger Geschäftspraktiken wurde CADE (Conselho Administrativo de Defesa Económica) eingerichtet, eine Selbstverwaltungsbehörde des Bundes, die an das Justizministerium angebunden und ein Rechtssprechungsorgan ähnlich dem deutschen Bundeskartellamt ist (Art 3).

Die Tatbestände der wettbewerbsbeschränkenden Verhaltensweisen sowie der Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung werden in Art. 20 und Art. 21 beschrieben. Der Art. 20 folgt den Parametern des EGV bei der Klassifizierung des Verbots wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen und Verhaltensweisen,⁶³ sowie der Art. 21.

Es wird eine marktbeherrschende Stellung vermutet, wenn ein Unternehmen oder eine Unternehmensgruppe 20% eines relevanten

⁶² vgl. Lima, Mayrá: Governo sonega informações sobre os donos da mídia vom 19.07.07

⁶³ vgl. Leopoldino da Fonseca, João Bosco, Votum zum Processo Administrativo n° 53500-000359/99 des CADE von 1999, RN75, S.42

Marktes beherrscht, wobei der Marktanteil durch den CADE für spezifische Sektoren der Wirtschaft verändert werden kann (Art. 20 §3). Die Eroberung eines Marktes, der aus einem natürlichen Prozess, der auf höchster Effizienz des Marktteilnehmers in Bezug auf seine Wettbewerber begründet ist, stellt keine Rechtswidrigkeit dar (Art. 20 §1).

Die Zusammenschlüsse, die den freien Wettbewerb einschränken oder in irgendeiner Weise schädigen oder zu einer marktbeherrschenden Stellung führen, müssen vom CADE beurteilt werden (Art.54). In diese Beschlüsse fallen alle Arten von wirtschaftlicher Konzentration entweder durch Fusion oder Übernahme von Unternehmen oder durch die Gründung einer Gesellschaft zur Kontrolle anderer Unternehmen oder durch jegliche Form von Unternehmensvereinigungen, die zur Konsequenz einen Marktanteil von 20% des relevanten Marktes hat, oder wenn eines an der Konzentration beteiligten Unternehmen über einen Jahresumsatz von mindestens 400 Mio. R\$ verfügt (Art. 54 §4). Diese Vereinbarungen sollen im Voraus oder spätestens 15 Werktage nach ihrem Abschluss beim CADE zur Beurteilung eingereicht werden unter Androhung von Geldstrafen bei Missachtung der Fristen (Art. 54 §§ 4 und 5). Die Vereinbarungen können u. A. unter folgenden Bedingungen erlaubt werden: Erhöhung der Produktivität, Verbesserung der Qualität der Waren oder Dienstleistungen und Begünstigung der technologischen und wirtschaftlichen Entwicklung (Art. 54 § 1,I).

Mit diesen Ausnahmeregelungen und der Untersuchung nur der horizontalen und vertikalen Konzentration in einem relevanten Markt werden fragliche Unternehmensvereinigungen erlaubt, wie zum Beispiel im Fall des Zusammenschlusses von DirectTV und Sky vom Januar 2007, in dem die krossmediale Konzentration der beteiligten Unternehmensgruppen überhaupt hinterfragt wurde.⁶⁴

⁶⁴ vgl. CADE, Ato de concentração n° 53500.000753/2005

e. Telekommunikationsgesetz (TG)

In Bezug auf die Medien gibt es auch das Gesetz N° 9.472 von 1997 für die Regulierung der Telekommunikationsdienste und die Telekommunikationsagentur: ANATEL. Nach Art. 5 sollen insbesondere bei der Regulierung des Telekommunikationsmarktes die folgenden Verfassungsprinzipien beachtet werden: Nationale Souveränität, soziale Verpflichtung des Eigentums, Gewerbe- und Niederlassungsfreiheit, freier Wettbewerb, Verbraucherschutz, Verringerung der regionalen und sozialen Unterschiede, die Bekämpfung des Missbrauchs der wirtschaftlichen Macht und das Prinzip des Fortbestands der nach öffentlichem Recht geregelten Dienstleistungen, wie Strom, Wasser, Festnetz, Rundfunk, etc.. Auch die Bekämpfung der Nichteinhaltung der Wirtschaftsordnung und die Korrektur der Auswirkungen des unlauteren Wettbewerbs soll durch den Staat erfolgen (Art. 6).

Nach Art. 7 sollen alle Arten von gesellschaftlicher Konzentrationen wie Fusionen oder Schaffung einer Gesellschaft zur Kontrolle anderer an den CADE zur wettbewerbsrechtlichen Beurteilung weitergeleitet werden. Nach Art. 71 kann ANATEL Restriktionen, Beschränkungen und Bedingungen für Unternehmen oder Gruppen von Unternehmen in Bezug auf den Erhalt oder Übertragung von Konzessionen und Lizenzen auferlegen, um einen effektiven Wettbewerb zu begünstigen oder Marktkonzentrationen zu verhindern.

ANATEL ist eine Selbstverwaltungskörperschaft des Bundes, die an das Ministerium für Kommunikation angegliedert ist und eine besondere Art von Autarkie besitzt: Finanzielle Autonomie, Verwaltungsunabhängigkeit, keine hierarchische Subordinierung und festgelegtes Mandat und Unkündbarkeit der Führungskräfte (Art. 8 § 2). Es gehört zur Kompetenz dieser Behörde die Organisation der Telekommunikationsdienstleistungen, wie die Kontrolle der Ausführung, der Vermarktung und die Nutzung der Dienstleistung, der Implementierung und des technischen Betriebes der Telekommunikationsnetze und der Nutzung der Satelliten und des Spektrums der terrestrischen Frequenzen (Art.1).

4.3. Chile

a. Portrait

Obwohl Chile über eine bessere soziale Situation verfügt, ist es auch von der Medienkonzentration angesteckt. Der Unterschied ist, dass der größte Teil der Medienunternehmen in ausländischer Hand sind und keine chilenische Familiegruppe das Kommando über den Markt übernimmt.

Im Pressebereich gibt es das Oligopol der Gruppe Edwards (mit 3 Zeitungen in Santiago und 13 regionalen Blättern) und die Gruppe Saieh (Eigentümer der COPESA mit 3 Zeitungen und die Wochenschrift „Siete Más Siete“). Der Radiobereich wird von zwei Transnationalen geführt, vom „Consortio Radial de Chile“ der spanischen Gruppe Prisa und der kolumbianischen Gruppe Caracol und des „Iberoamerican Radio Chile“ der Gruppe Claxon (mit Cisneros und Anderen). Der Fernsehmarkt ist so aufgeteilt: vier der fünf nationalen Sender sind privat und ein Kanal ist ein öffentlicher Fernsehsender – „Televisión Nacional“. Drei der vier privaten Fernsehanstalten haben Beteiligungen von lateinamerikanischen Gruppen wie Televisa (Megavisión), Cisneros (Chilevisión) und vom mexikanischen Magnaten Angel González (Red TV). Sky und DirecTV sind ebenfalls dort tätig.⁶⁵

Im Oktober 2004 erlaubte das chilenische Tribunal zum Schutz des freien Wettbewerbs die geplante Fusion der Kabelfernsehunternehmen VTR und Metrópolis-Intercom. Das fusionierte Unternehmen gehört zur Liberty Media, das einen Marktanteil von 88% im Pay-TV und 50% im Breitbandinternet hat. Telefonica oder CTC beherrscht 78% des Festnetztelefonmarktes.⁶⁶

b. Verfassungsregelungen

Die Meinungsfreiheit und die Informationsfreiheit ohne Zensur sind nach Art. 14 der chilenische Verfassung (CV) geregelt.

⁶⁵ vgl. Montaner, Lidia Baltra: “Aproposito de la Cumbre de la Sociedad de Información: Derechos de comunicación en Chile y en el Mundo“

⁶⁶ vgl. ebd.

Ihre Schranken sind der Missbrauch und Delikte bei der Ausübung dieser Freiheiten. Das Gegendarstellungsrecht ist ebenso garantiert wie das Verbot eines staatlichen Monopols im Bereich der sozialen Kommunikation.

c. Chilenisches Pressegesetz (CPG)

Art. 1 CPG von 2001 unterscheidet zwischen aktiver und passiver Informationsfreiheit und bekräftigt die Meinungsfreiheit. Art.2 definiert die Sozialkommunikationsmedien als die Medien zur Übertragung, Veröffentlichung, Ausstrahlung oder Verbreitung in einer stabilen und periodischen Form von Texten, Ton und Bild, die an die Öffentlichkeit gerichtet sind, unabhängig vom Träger und Mittel. Der Pluralismus in den Medien soll zum Ausdruck der sozialen, kulturellen, politischen und regionalen Vielfalt dienen (Art 3). Art. 7 garantiert den Schutz der Informationsquelle der Journalisten und Art. 8 verbietet den Zwang zur Übertretung der ethischen Grundsätze bei der Ausübung der journalistischen Tätigkeit. Das Gegendarstellungsrecht wird in den Art. 16 bis 21 geregelt. Im Gegensatz zu Venezuela sind in Chile Kritik an den Politikern möglich (Art. 21).

In Art. 9 sind die Regeln für die subjektive Rechtsfähigkeit für den Betrieb eines Medienunternehmens aufgestellt. Zugelassen sind natürliche Personen, wohnhaft in Chile und nicht vorbestraft, oder juristische Personen, mit Sitz in Chile und nach chilenischem Recht gegründet oder zugelassen, deren Präsident und Manager Chilenen sein müssen und nicht vorbestraft sein dürfen. Für den Erwerb von Konzessionen für frei empfangbaren Hörfunk sind juristische Personen mit mehr als 10% ausländischer Beteiligung nur unter der Bedingung erlaubt, dass es im Herkunftsland des Unternehmens für Chilenen eine Reziprozität der Bedingungen gibt.

Die Medienunternehmen sollen einen verantwortlichen Direktor und Stellvertreter haben, die rechtsfähige und nicht vorbestrafte, in Chile wohnhafte Chilenen sind und noch nicht wiederholt gegen dieses Pressegesetz verstoßen haben (Art.10). Die chilenische Staatsangehörigkeit ist nicht für fremdsprachigen Medien erforderlich.

Die Art. 22 bis 43 beschreiben eine große Anzahl von Tatbeständen und Verstößen gegen die Bestimmungen des CPG sowie die Delikte gegen die Meinungs- und Informationsfreiheit, die mittels der Medien begangen werden können.

d. Chilenisches Telekommunikationsgesetz (CTG)

Die Telekommunikation wird nach Art. 1 CTG als alle Arten von Übertragung, Ausstrahlung und Empfang von Signalen, Zeichen, Schriften, Bildern, Ton und alle Arten von Information über Leitungen, radioelektrischen Wellen, optische Medien und andere elektromagnetische Systeme definiert.

Nach Art. 3 (a) wird Rundfunk als eine frei empfangbare Telekommunikationsdienstleistung definiert, deren Empfang frei und unmittelbar für die ganze Öffentlichkeit bestimmt ist, und die Hörfunk, Fernsehen und andere Arten von Sendungen umfasst.

Die Installation, der technische und wirtschaftliche Betrieb von Telekommunikationsdienstleistungen werden nach den Regeln dieses Gesetzes und den internationalen Verträgen und Vereinbarungen über Telekommunikation geregelt. Ausgenommen davon sind das frei empfangbare Fernsehen, ohne die technischen Regelungen zu berühren (Art. 4).

Der Staat vergibt nach Art. 8 für die Nutzung der radioelektrischen Frequenzen Konzessionen und Lizenzen. Die Präsidenten, Manager und gesetzlichen Vertreter eines Konzessionsnehmers für frei den empfangbaren Rundfunk müssen Chilenen sein. Dem Vorstand dürfen Ausländer angehören, solange sie nicht die Mehrheit stellen (Art. 22).

4.5. Venezuela

a. Verfassungsregelungen

Das Recht auf freie Meinungsäußerung wird in Art. 57 der Venezuelanischen Verfassung von 1999 (VV) geregelt. Alle haben das Recht, ihre Gedanken, Ideen und Meinungen mündlich, schriftlich

oder in jeglicher Form frei zu äußern und dafür alle Kommunikations- und Verbreitungsmedien zu nutzen. Dieser Artikel nennt auch die Schranken: Verantwortung für den Inhalt der ausgedrückten Meinung, das Verbot der Anonymität, der Kriegspropaganda und der diskriminierenden und religiösen Intoleranz fördernden Botschaften. Die Geheimhaltung von journalistischen Quellen ist nach Art. 28 VV garantiert.

Die passive Informationsfreiheit findet sich in Art. 58 VV. Die Kommunikation soll frei und pluralistisch sein und bringt die im Gesetz geregelten Pflichten und Verantwortung mit sich. Alle haben das Recht auf angebrachte, wahrhaftige und unparteiische Informationen, die frei von Zensur sind und verfassungsrechtlich konform sein müssen. Das Recht auf Gegendarstellung und Richtigstellung ist auch hier geschützt. Außerdem sollen die Informationen der vollständigen Entwicklung der Kinder und Jugendlichen angemessen sein. Im Falle eines Ausnahmezustands darf nach Art. 337 VV das Recht auf Information und andere unantastbare Menschenrechte eingeschränkt werden.

Die Bestimmungen über die aktive Informationsfreiheit sind in Art. 101 und 108 VV festgelegt. Der Staat sichert die Veröffentlichung, den Empfang und den Umlauf von kulturellen Informationen. Dafür sollen auch die Medien bei der Verbreitung der Werte der Volkstradition und der Werke von Künstlern und Wissenschaftlern sowie von anderen Kulturschaffenden des Landes mithelfen. Nach Art. 108 müssen die privaten und öffentlichen Sozialkommunikationsmedien der Förderung der Bürgerrechte beitragen. Um den Zugang zur allumfassenden Information zu ermöglichen, garantiert der Staat öffentliches Radio-, Fernsehen-, Informatikdienstleitungen und Bibliotheken.

Art. 112 sichert die Gewerbe- und Niederlassungsfreiheit zu, wobei der Staat die Möglichkeit hat, Maßnahmen zur Planung, Rationalisierung und Regulierung der Wirtschaft zu ergreifen.

Rechtswidrig sind nach Art. 113 jegliche Akte, Aktivitäten, Verhaltensweisen oder Vereinbarungen von Privaten, die die Errichtung eines Monopols bezwecken oder bewirken, sowie der

Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung. Der Staat ergreift die notwendigen Maßnahmen, um ihre schädlichen und beeinträchtigenden Auswirkungen zu vermeiden.

Für den Betrieb u.A. von Dienstleistungen öffentlicher Natur kann der Staat Konzessionen nach Art. 113 VV erteilen. Art. 113 verbietet außerdem die Bildung von Monopolen und den Missbrauch von marktbeherrschender Stellung. Wirtschaftliche Rechtswidrigkeiten, Spekulation, Monopolisierung, Wucher, die Kartellbildung und die damit verbundenen Delikte werden streng bestraft (Art. 114).

Trotz der Proteste von Oppositionspolitikern, privaten oppositionsnahen Medien und Unterstützung von Menschenrechtsorganisationen, wie der Interamerikanischen Menschenrechtskommission, Human Rights Watch und die Interamerikanische Pressegesellschaft,⁶⁷ wurden sowohl die freie Meinungsäußerung als auch die Pressefreiheit 2004 de facto durch die Strafrechtsreform und das Gesetz der sozialen Verantwortung in Radio und Fernsehen stark beschränkt, wie unten weiter ausgeführt wird.

b. Organgesetz über die Telekommunikation (OGT)

Das OGT regelt unter besonderer Beachtung der Menschenrechte die Telekommunikation und Rundfunk in Venezuela (Art. 1 und 2). In Art. 4 wird der Begriff Telekommunikation definiert als die Übertragung, Ausstrahlung und Empfang von Zeichen, Signalen, Schriften, Bildern, Ton und Informationen aller Art mittels Leiter, Radioelektrizität, optische, elektromagnetische und artverwandte, bereits erfundene oder noch zu erfindende Mittel.

Der Art. 5 OGT unterscheidet zwischen Befähigung und Konzession. Die Befähigung wird für die Ausübung einer wirtschaftlichen Tätigkeit und die Konzession, in Art. 7 spezifiziert, für die Nutzung radioelektrischer Frequenzen, die Eigentum der öffentlichen Hand sind, erteilt.⁶⁸

⁶⁷ infobae.com: Ley de Chávez contra la libertad de prensa en Venezuela

⁶⁸ vgl. García Soto, Carlos: Revocatoria de concesiones en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, S.38f.

Für Rundfunk und frei empfangbares Fernsehen sind statt Konzessionen direkte Zuschlagserteilungen (Adjudikationen) notwendig (Art. 84). Art. 104 bestimmt die Vergabe von Konzessionen für radioelektrische Frequenzen durch die Nationale Kommission für Telekommunikation und von Zuschlagserteilungen für Hörfunk und frei empfangbares Fernsehen durch den Minister für Infrastruktur.

Nur in Venezuela ansässige Personen können Konzessionen und Verwaltungsbefähigungen für Telekommunikationsdienstleistungen erhalten. Ausnahmen von dieser Regel sind diesbezügliche Bestimmungen in internationalen, ratifizierten Verträgen. Mit der Ausnahme des Rundfunks gibt es keine Beschränkungen für ausländische Beteiligungen an Telekommunikationsunternehmen, was durch entsprechende Gesetze geregelt wird (Art. 9).

Keine natürliche oder juristische Person oder Personengruppen können mehr als einen Rundfunksender am gleichen Ort durch Konzession oder Kontrolle von sich aus oder durch Strohmänner betreiben. Diese gleiche Restriktion gilt auch in Bezug auf die Aktionäre von konzessionsnehmenden Unternehmen. Durch Regulierung können weitere Einschränkungen zum Schutz von Pluralität und Demokratisierung erlassen werden (Art. 191).

c. Gesetz der sozialen Verantwortung in Radio und Fernsehen (LRSRT)

Das Gesetz der sozialen Verantwortung in Radio und Fernsehen erstreckt sich auf alle Arten von Radio- und Fernsehdienstleistungen, sogar auf Audio- und audiovisuelle Übertragung, die mit der Entwicklung der Technik entstehen (Art. 1). Die Bestimmungen dieses Gesetz sind zugunsten des Verbrauchers auszulegen (Art. 2)

Dieses Gesetz richtet seine Aufmerksamkeit besonders auf den Schutz der Kinder und Jugendlichen durch z.B. eine detaillierte Klassifizierung der Programme nach bestimmten Kriterien wie Ausdrucksweise, Gesundheit, Sexualität und Gewalt, wobei jedes Kriterien in verschiedene Subkategorien eingeteilt wird (Art.6), und durch eine starke Festsetzung der geeigneten Zeit für die Ausstrahlung

der Sendung je nach Kategorie: Die Zeit für Erwachsenensendungen wird beispielsweise auf den Zeitraum von 23 bis fünf Uhr begrenzt (Art. 7). Werbung für Alkohol und Zigaretten ist nach Art. 9 ganz verboten.

Nach Art. 14 müssen täglich die Radio- und Fernsehsender mindestens sieben Stunden nationale Produktionen und drei Stunden Sendungen für Kinder und Jugendliche ausstrahlen. Die Musiksendungen müssen mindestens 50%, in den Grenzregionen sogar 70% venezuelanische Lieder beinhalten.

Art. 18 regelt die Pflichten der Sender u.a. wie die Klassifikationen der Sendungen nach Art. 5, Veröffentlichung der Programmgestaltung und die deutliche Trennung von Werbung und Sendung.

Art. 28 beschreibt alle möglichen Gründe für Sanktionen für die in den vorherigen Artikeln genannten Pflichtverletzungen. Die Arten der Strafen sind im Art. 29 festgelegt: Die Abschaltung des Programms bis zu 72 Stunden am Stück wegen z.B. der Rechtfertigung oder des Aufrufs zu Krieg oder zur Störung der öffentlichen Ordnung, wegen religiöser Intoleranz, also wegen Vergehen, die gegen die Sicherheit der Nation gerichtet sind (Art. 29 (1)); der Widerruf der Konzession und der Befähigung bis zu fünf Jahren bei Rückfall innerhalb von fünf Jahren der in (1) genannten Sanktionen (Art. 29 (2)).

Es handelt sich um einen Fehler legislativer Technik, da der Rückfall sich auf die Sanktion und nicht auf den Gesetzesbruch bezieht. Das kann so interpretiert werden, dass für den Entzug der Konzession oder der Befähigung die Sanktionierung des ersten Gesetzesbruches durch die Behörden notwendig ist.⁶⁹

d. Strafrechtliche Kontrolle der Medien

Die folgenden Regelungen sind nicht direkt mit den Regelungen der Medienkonzentration verbunden. Trotzdem sind sie bemerkenswert, da durch sie die Demokratie in Venezuela noch mehr beschränkt wird.

⁶⁹ vgl. a.a.O., S.41

Entgegen der Natur der Lateinamerikaner und der in vielen Ländern traditionellen Art der Demonstration (*cacerola*) wird in Art. 508 des venezuelanischen Strafgesetzbuchs (*vStGB*) das Lärmen mit Hilfe von Schreien, Glocken und lärmproduzierenden Gegenständen mit Geldstrafe und im Falle öffentlicher Ruhestörung zusätzlich mit Haftstrafe bis zu einem Monat belegt.

In den Art. 444 bis 452 werden Diffamierung und Beleidigung geahndet. Die Rufschädigung in öffentlichen Dokumenten oder in veröffentlichten Schriften, Zeichnungen oder anderen Medien wird mit Haft bis zu 30 Monaten bestraft (Art. 444). Wenn die Beleidigung gegen eine im öffentlichen Dienst tätige Person in ihrer Amtsausübung gerichtet ist, wird mit Haft von 15 bis 45 Tagen und im Falle einer Veröffentlichung in den Medien mit bis zu zwei Monaten Haft bestraft (Art. 447). Nach Art. 445 *vStGB* hat der Beschuldigte nicht das Recht, die Wahrheit oder die Offenkundigkeit der Tatsachen, von einigen Ausnahmen abgesehen, zu beweisen.

Die Beleidigung und andere Vergehen gegen Personen in öffentlichen Ämtern werden in den Art. 223 bis 229 geahndet. Der Straftatbestand besteht aus Worten oder Werken, die in jeglicher Art die Ehre, den Ruf und den Anstand in Anwesenheit und auf Grund der Amtsausübung eines Mitglieds der Nationalversammlung oder eines Beamten verletzen (Art. 223). Die Höhe der Haftstrafen variiert in Abhängigkeit vom Amt des Beleidigten von einem Monat bis zu drei Jahren (Art. 223-226).

Für die in den Art. 223 bis 226 beschriebenen Straftatbestände hat der Beschuldigte kein Recht auf Beweis der Wahrheit, der Offenkundigkeit der Tatsachen oder des bezichtigten Fehlers (Art. 227), mit Ausnahme von Kritik an tatsächlichen Willkürakten durch den Beamten beim Überschreiten seiner Kompetenzen (Art. 228).

Die Konspiration im In- und Ausland gegen die republikanische Ordnung der Nation wird mit Haftstrafen von acht bis 18 Jahren belegt. Darunter fallen u.A. folgende von Venezuelanern begangenen Straftatbestände: das Ersuchen von ausländischer Intervention in die inneren Angelegenheiten Venezuelas, der Aufruf zum Bürgerkrieg, die Diffamierung des Staatspräsidenten oder die Beleidigung von

diplomatischen Vertretern in der ausländischen Presse aufgrund ihrer Amtsausübung im Ausland. (Art. 132).

Die praktischen Auswirkungen dieser Strafrechtsreform bestehen in drastischen Einschränkungen der Bürgerrechte, insbesondere der Meinungsfreiheit, da jede öffentlich oder privat geäußerte Meinung, Meinungsverschiedenheit oder Demonstration gegen Inhaber von politischen Ämtern als eine Beleidigung betrachtet werden kann. Dies wird noch durch Restriktionen des LRSRT verstärkt. Das Strafrecht wird als Waffe zur Einschüchterung von jeglichem regierungskritischem Denken benutzt. Der offensichtlichste Fall ist die Verurteilung des pensionierten Generals Francisco Usón, der zu sechs Jahren Haft wegen angeblicher Diffamierung der Streitkräfte verurteilt wurde: Er äußerte sich in einer Fernsehsendung über den Einsatz von Flammenwerfern zur Disziplinierung von Soldaten in Gefängniszellen dahingehend, dass dies zum Tod von einigen Soldaten durch Verbrennen führte. Nach einem Bericht der NGO „Espacio Público“ von 2006 wurden 134 Journalisten Opfer der Einschränkungen der Meinungsfreiheit. In diesem Zusammenhang darf der o.g. Entzug der Konzession des landesweiten Fernsehsenders RCTV nicht vergessen werden.⁷⁰

5. Schlussfolgerung

Es ist nicht ohne Grund, dass die Medien in Südamerika so mächtig sind und ihre Macht noch gestärkt wird durch andere Elemente, wie die Geschichte der Abhängigkeit, Analphabetismus oder schlechte Schulbildung, Armut (Rundfunk als billige Freizeitunterhaltung), schwache, zynische oder wahnsinnige Politiker und der Mangel an rechtlichen Grundlagen einer echten Kontrolle der Medienkonzentration.

Die Diktatur der Unterschiedslosigkeit der Medienproduktion ist etabliert. Die Verbraucher haben keine Wahl, wenn die Programme entweder von derselben Unternehmensgruppe oder generell mit den Ziel einer hohen Zuschauerquote produziert werden. Und wo ist das

⁷⁰ vgl. Benezra Briceño, Jorge Luis: La libertad de expresión en Venezuela

verfassungsrechtliche Prinzip der Pluralität und Meinungsvielfalt geblieben? Vielleicht in Presse und Radio? Alle Medien teilen dasselbe Schicksal. Das Internet könnte zur Demokratisierung oder zur Förderung der Meinungsvielfalt beitragen, aber in wieweit? Wer hat Zugang zum Internet? Wofür wird es am meistens benutzt? Um die Webportale der dominierenden Mediengruppen zu besuchen? Um die Neuigkeiten der „Telenovelas“ zu erfahren? Um die Internetseiten der am meisten verkauften Zeitungen zu lesen? In diesem Sinne, wo bleiben die verfassungsrechtlichen Prinzipien der Informationsfreiheit, der freien Meinungsäußerung, des Verbraucherschutzes, des allgemeinen öffentlichen Zugangs zu garantierten Gütern, wie z.B. Elektrizität, Wasser, Rundfunk und Telekommunikation und der Schutz der Kultur des Volkes? Ist das die Herrschaft des Volkes?

Im Grunde genommen sind die Menschenrechte in Südamerika unmittelbar oder mittelbar durch internationale Verträge anerkannt und geschützt. Die Länder sind auch in der WTO und es wird ständig in ihren Gesetzen darauf hingewiesen, was direkt Einfluss auf ihre Telekommunikationsgesetze hat. Das wirtschaftliche Handeln muss sich auch in den südamerikanischen Ländern an allen bekannten Prinzipien der Demokratie und des freien Wettbewerbs orientieren. Ihr Wettbewerbsrecht besitzt ähnliche Regelungen wie im EGV und die Länder bemühen sich mehr oder weniger, die international anerkannten Prinzipien und Normen umzusetzen.

Generell können zwei juristische Gründe für die Medienkonzentration in Südamerika genannt werden. Erstens fehlt es an kartellrechtlichen Regelungen für die direkte Kontrolle der krossmedialen Konzentrationen wie in Deutschland. Zweitens sind wichtige Regelungen vielmals so ungenau definiert, dass sie zu viele Möglichkeiten der Auslegung zulassen. Daher können die Regierungen, Gerichte und Behörden sie ohne Probleme so auslegen, wie es den wirtschaftlichen oder politischen Interessen einiger weniger entspricht, so dass diese keine Rechtswidrigkeit begehen, wie z.B. die Erlaubnis von fraglichen Zusammenschlüssen ohne irgendwelche Beschränkungen in Brasilien oder die strafrechtliche Kontrolle der Medien in Venezuela.

Wenn man in Südamerika lebt, ist es schwierig zu begreifen, was dort passiert. Man lebt wie in dem Film Matrix. Alles sieht normal aus: Familie, Arbeit, Freizeit, Demokratie, Menschenrechte und einige Probleme des gesellschaftlichen Lebens. Die Medien erwecken den Anschein, dass man informiert ist, sie ihre Arbeit als „Watch Dog“ erfüllen, und dass man weiß, was in der Welt passiert. Viele haben sehr wenig Geld oder keine echte Freiheit, aber sie können geblendet durch die Fernsehsendungen eine andere Welt erfahren, dürfen auf diese Weise träumen und werden gelehrt, was sie für ein glückliches Leben brauchen.

Die Maschinen der Matrix sind in diesem Fall die Medienunternehmen mit ihren Partnern: Politiker und Großunternehmen aus anderen Bereichen. Sie kontrollieren das System und machen, was sie wollen. Sie lassen die Bevölkerung in Ruhe leben, soweit sie nicht von ihr gestört werden. Das Hauptelement für die Erhaltung dieses Systems sind die Medien, mittels derer die Bevölkerung gelenkt wird, ohne es zu merken. Wer dies entdeckt und sich darüber äußern möchte, wird von fast allen ignoriert, da sie es nicht glauben können oder möchten (Platons Höhlengleichnis), und/oder an der Verbreitung seiner Entdeckung gehindert, und mit Rufmord, Arbeitsplatzverlust und/oder Haft gestraft. Dieser Vergleich mag dem Leser vielleicht polemisch erscheinen, aber er deckt sich mit den persönlichen Erfahrungen der Autorin, einer Brasilianerin, die bis zu ihrem 25. Lebensjahr dort gelebt hat und seit fast sechs Jahren in Deutschland lebt.

In Brasilien sagt man: Ein Esel ist, wer nie aus seinen Fehlern lernt. Ein intelligenter Mensch ist, wer aus seinen Fehlern lernt. Ein Weiser ist, wer aus den Fehlern der anderen lernt. Ich hoffe, dass die Europäer in Bezug auf die Medien und den Druck der Medienkonzerne weise sein mögen.

“MEDIA MARKET CONCENTRATION - THE SITUATION OF SOUTH AMERICA”

ABSTRACT

There is a high concentration of the media market in Latin America, which corresponds to the global situation. The concentration is not just vertical or horizontal, but also crossmedia. The biggest media companies in Latin America are Globo (Brazil), Televisa, (Mexico), Cisneros (Venezuela) and Clarín (Argentina). They are family companies that have activities in a lot of sectors of the media market e.g. broadcasting, publishing, film production and the music industry. Their empires include the national and the regional market. This work is concentrated on South America and aims to survey the most important norms of media law and the related laws of the countries where almost all of these companies are based.

The first part demonstrates the historical, social and international background of the media concentration. The second part examines the four biggest regional companies with the portrait of their empires and some examples of European companies that maintain activities in the South American market and are correlated with the media convergence. The third part aims to give an overview of the situation in Argentina, Brazil, Chile and Venezuela. It presents some important norms of media law and related laws e.g. competition laws and telecommunication laws. This shows how these countries regulate their media directly and indirectly and some legal reasons for the concentration.

KEYWORDS: Media concentration. Media law. Latin America. South America. Argentina. Brazil. Chile. Venezuela. Media market leaders.

6. LITERATURVERZEICHNIS

Bücher (auch als PDF-Datei)

ANDI: Studie “Direito, Infância e Agenda Pública, Uma análise comparativa da cobertura jornalística latino-americana”, Brasília 2007, [www.redandi.org/_pdf/ Direitos,%20Infancia%20e%20 Agenda%20Publica.pdf](http://www.redandi.org/_pdf/Direitos,%20Infancia%20e%20Agenda%20Publica.pdf)

Moraes, Alexandre de: Direitos Humanos Fundamentais, São Paulo, 2006,

Cordovil, Leonor Augusta Giovani: A Intervenção Estatal nas Telecomunicações, A Visão do Direito Económico, Belo Horizonte 2005

Fiorati, Jete Jane: As Telecomunicações nos Direitos interno e Internacional: O Direito Brasileiro e as regras da OMC, Rio de Janeiro, São Paulo, Recife 2004

Leal Filho, Laurindo Lalo: TV sob Controle, A resposta da sociedade ao poder da televisão, São Paulo 2006

Aufsätze

Garcia Soto, Carlos: Revocatoria de concesiones en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión in: Revista de derecho público N° 104, Caracas, Oktober-Dezember 2005, S.35-42

Minassian, Ara Apkár: Referat “Convergência Tecnológica e seus Impactos Concorrentiais, Audiência – CADE”, vom 10.07.2007, S.28

Minassian, Ara Apkár, Skript der Einführungsvorlesung des Curso de „Legislações de TV: Regulamentação de TV Aberta, por Assinatura e Telecomunicações des Instituto de Estudos de Televisão, Rio de Janeiro, November 2007

Pretissans Aguilar, Ricardo: La brecha digital: situación regional

y perspectivas in: Estudios Internacionales, Juli-September 2002, No138, Santiago de Chile 2002, S. 55-70

Quaglia, Marcelo, La Definición de Concentración Económica Dentro De La Ley De Defensa De La Competencia Argentina (LEY 25.156) in: Boletín Latinoamericano De Competencia Febrero 2003, S.24-39, <http://europa.eu.int/comm/competition/international/others/>,

Sagués, Néstor Pedro, Judicial Censorship of the Press in Argentina in: Southwestern University Journal of Law and Trade in the Americas, Volume IV, Spring 1997, S.45-69

Rechtsprechung

CADE, Ato de concentração n° 53500.000753/2005

Leopoldino da Fonseca, João Bosco, Votum zum Processo Administrativo n° 53500-000359/99 des CADE von 1999, RN75

Internetartikel und Websites

Benezra Briceño, Jorge Luis: La libertad de expresión en Venezuela in: Sala de Prensa, Junio 2007 Año IX, Vol. 3, <http://www.saladeprensa.org/art725.htm>

Beraba, Marcelo, O BISPO, Depois do 'chute na santa', Universal muda a imagem, Folha de S. Paulo vom 16/10/2007, <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=455ASP003>

Capistrán, Jacob Bañuelos: Reality shows: lo que viene, in: Sala de Prensa 48, Octubre 2002, Año IV, Vol. 2, www.saladeprensa.org/art398.htm

Carpineta, María Laura: Teodoro Petkoff, exguerrillero, periodista y líder opositor “Nadie miente más que un gobierno” in: Sala de Prensa 102, Junio 2007, Año IX, Vol. 3, <http://www.saladeprensa.org/art.723htm>

Castro, Jorge O. u. Petraglia, Ricardo N., Conformación oligopólica de las Telecomunicaciones en la República Argentina: otra muestra

de la realidad latinoamericana, in: Sala de Prensa 33, Juli 2001, Año III, Vol. 2, www.saladeprensa.org/art239.htm

da Silva, Deonísio, MÍDIA & RELIGIÃO, Revelações de Edir Macedo, <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=457AZL001>

endemol: Endemol further strengthens Latin American Business vom 23.11.2006, <http://www.endemol.com/Press%20center/default.aspx?fID=7153&rID=29&hl=latin%20america>

Website von endemol: Global Presence

<http://www.endemol.com/About%20Endemol/Default.aspx?fID=7101>

Globo: Sky e DirecTV concluem fusão de negócios no Brasil, vom 25.08.2006, http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,AA1254504-9356,00.html

Website von Globo: Institucional, <http://institucionaltv.globo.com/>

Website von Globo: Angebot von SMS-Nachrichten,

<http://g1.globo.com/Noticias/0,,CUU0-6256,00.html>

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) Studie “Educação no Brasil” von 2002 <http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/pesquisas/educacao.html>

infobae.com: Ley de Chávez contra la libertad de prensa en Venezuela, <http://www.infobae.com/notas/nota.php?Idx=154161&IdxSeccion=100551>

Lima, Mayrá: Governo sonega informações sobre os donos da mídia, in: Brasil de Fato vom 19.07.07,

<http://www.brasildefato.com.br/v01/agencia/nacional/governo-sonega-informacoes-sobre-os-donos-da-midia>

Maisonnave, Fabiano: Chávez culpa EUA por mal-estar com Brasil, in: Folha Online vom 17.07.2007; <http://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u312530.shtml>

Mastrini, Guillermo u. Becerra, Martín: 50 Años de concentración de medios en América Latina in: Sala de Prensa 58, Agosto 2003, Año V, Vol. 2, www.saladeprensa.org/art473.htm

Website des Ministeriums für Kommunikation, www.mc.gov.br

Montaner, Lidia Baltra: “A proposito de la Cumbre de la Sociedad de Información: Derechos de comunicación en Chile y en el Mundo”, Sala de Prensa 84, Oktober 2005 Año VII, Vol. 3, www.saladeprensa.org/art642.htm

Moraes, Dênis de: A comunicação sob domínio dos conglomerados multimídias, Sala de Prensa 9. Juli 1999, Año II, Vol. 2, <http://www.saladeprensa.org/art56.htm>,

Ramos, Dhéa: Concessões foram renovadas em bloco in: O Estado de São Paulo vom 06.12.2006, <http://www2.senado.gov.br/bdsf/bitstream/id/51496/1/noticia.htm>

Website von SBT, Institucional <http://www.sbt.com.br/institucional.asp>

Tapia Ormizábal, René: O Investimento Internacional no Sector das Telecomunicações na América Latina, Departamento de Prospectiva e de Planeamento, Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento (Portugal), 2001 http://www.dpp.pt/gestao/ficheiros/infor_inter_2001_I_VIII2.pdf

Website von TV Brasil, <http://www.tvbrasil.tv.br/tvbrasil.html>

UNESCO-Weltbericht „Bildung für alle“ 2006, Alphabetisierung weltweit www.unesco.de/efareport2006.htm