Digitale Ambivalenzen : Medienaktivismus in Rio de Janeiro

Autor(en): **Geuder, Jacob**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Widerspruch : Beiträge zu sozialistischer Politik**

Band (Jahr): **35 (2016)**

Heft 67

PDF erstellt am: **28.03.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-651880

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Jacob Geuder

Digitale Ambivalenzen

Medienaktivismus in Rio de Janeiro[1]

Mit der FIFA-WM 2014 und der Olympiade 2016 sollte Rio de Janeiro ein spektakulärer Glanz verliehen werden. Stattdessen wurde der Juni 2013 zu einem historischen Moment: Rio erlebte die grössten Demonstrationen seit dem Ende der Militärdiktatur 1985. In ganz Brasilien gingen am 20. Juni über eine Million Menschen auf die Strassen, um zu demonstrieren. Sie protestierten gegen Preiserhöhungen im öffentlichen Nahverkehr, schlechte Bedingungen im Gesundheits- und Bildungswesen, Polizeigewalt, die FIFA, Korruption und den Medienkonzern Globo. Im Gegensatz zu früheren Mobilisierungen wurden erstmals soziale Medien als wichtiges Instrument eingesetzt. Als ein entscheidender Ausgangspunkt der Proteste gilt ein Video, das rasant durch die sozialen Medien zirkulierte: Es zeigt, wie Polizeikräfte in São Paulo eine Gruppe friedlicher DemonstrantInnen mit Schlagstöcken und Tränengas attackieren. In der Folge wurde aus einer Gruppe von Hunderten Protestierender innert weniger Wochen Hunderttausende.[2]

Das öffentliche Bild dieser Proteste wurde von aktivistischen Kollektiven, den «midiativistas», geprägt, deren wichtigste Werkzeuge Smartphones, Videokameras und Spiegelreflexkameras sind. Diese Kollektive spielen bis heute eine wesentliche Rolle bei der Organisation, Mobilisierung und Wahrnehmung des politischen Widerstands in Brasilien. Das Engagement von Midiativistas-Kollektiven richtet sich damit auch gegen die hoch konzentrierte brasilianische Medienlandschaft, angeführt durch den Globo-Konzern, die sich durch eine einseitige und negative Berichterstattung über Proteste auszeichnet. Facebook und Google, das YouTube Ende 2006 kaufte, sind dabei die beiden am meisten genutzten Videoplattformen Brasiliens[3] auch für die Midiativistas. Zugleich sind Facebook und Google jedoch Unternehmen, die im «neuen Geist des Kapitalismus» (Boltanski/Chiapello 2006) operieren und damit genau jene Ideologie verkörpern, die von vielen (Medien-)AktivistInnen infrage gestellt wird. Dies führt in einen fundamentalen Widerspruch: Wie ist antikapitalistischer Widerstand auf der Strasse und im Netz möglich, wenn man sich hierfür kapitalistischer sozialer Medien wie Facebook bedienen muss? Adornos Diktum, dass es «kein richtiges Leben im falschen» gibt (Adorno 2003, 17), führt uns

so zu einem alten Widerspruch in neuer Form: Müssten in letzter Konsequenz (Medien-)AktivistInnen nicht auf Facebook, YouTube und Co. verzichten? Ist das möglich? Und ist es notwendig?

Dieser Artikel thematisiert die Arbeit und Erfahrungen der Medienkollektive in Rio de Janeiro, um in diesem Zusammenhang deren Umgang mit «digitalen Ambivalenzen»[4] zu diskutieren. «Digitale Ambivalenz» bezeichnet dabei die Spannung, die in konkreten Praktiken entsteht, wenn kapitalistische «soziale» Medien für politischen Widerstand genutzt werden. Dabei wird das digitale Netz für politische Proteste und Kampagnen um umkämpfte städtische Räume zusehends wichtiger. Mit den Erfahrungen der digitalen Ambivalenzen in Rio de Janeiro wird deutlich, wie wichtig es für Bewegungen sein wird, das digitale Netz trotz aller Ambivalenzen in Bewegung zu halten und mögliche Spielräume im Internet für sich zu nutzen.

Soziale Medien aus Kalifornien

Vom Silicon Valley in Kalifornien aus speisen die wenigen marktbeherrschenden Unternehmen wie Facebook oder Google ihre Dienste wie YouTube, WhatsApp oder Instagram ins globale Netz. Aufgrund ihrer zunehmenden Nutzung prägen soziale Medien zusehends die Weltanschauungen in Brasilien und global. Entwicklungen wie die wachsende Konzentration der vielen Dienste bei wenigen Unternehmen und deren steigende technische Möglichkeiten zur Datensammlung und Kontrolle erscheinen problematisch. Unter dem Begriff der «Ideologie des Algorithmus» zeigt die Technikforscherin Astrid Mager (2014), wie der auf Netzwerklogik und individueller Aktivierung basierende «neue Geist des Kapitalismus» (Boltanski/Chiapello 2006) sich etwa in den Suchmechanismen Googles manifestiert. Ebenso ist die «Facebook ist und bleibt kostenlos»-Rhetorik nur ein Ausschnitt des tatsächlichen Deals: Die Nutzung sozialer Medien mag zwar ohne die Bezahlung von Geld möglich sein, aber im Gegenzug bezahlen wir mit unseren persönlichen und personalisierten Daten. Die Daten der NutzerInnen werden zum neuen Gold des Informationszeitalters.

Rechnet man die digitale Überwachung durch Geheimdienste dazu, dann erscheint das Internet eher als ein hoch kommerzialisierter, panoptischer Raum, in dem Bürgerrechte durch Nutzungsbedingungen ersetzt werden, wo Transparenz und Ansprechbarkeit unerfüllte Versprechen bleiben und wo das Copyright kollektives Wissen privatisiert und zu geistigem Eigentum erklärt. Die voranschreitende technische Beherrschung der Welt durch digitale Medien spinnt Adornos Narrativ der Kulturindustrie als universalen Verblendungszusammenhang fort und hinterlässt uns offene Fragen: Was bedeutet es für (politische) Identitäten, wenn aus Bürger-

Innen allmählich User werden? Was bedeutet es, wenn private Unternehmen durch ihre «terms of service» und Algorithmen bestimmen, was weltweit wie sichtbar werden soll?

Es wird deutlich, dass die sozialen Medien in ihrer heutigen Form kaum mit der Praxis vieler AktivistInnen in Brasilien und weltweit vereinbar sind. Ist Widerstand unter den Bedingungen des Web 2.0 somit nicht mehr möglich? Und wie steht das im Verhältnis zu den Beobachtungen, dass soziale Medien eine so bedeutende Rolle bei den Protestwellen Anfang dieses Jahrzehntes spielten?

Medienaktivismus in Rio de Janeiro

Die politischen Auseinandersetzungen werden in Rio de Janeiro intensiv auf zwei Konfliktfeldern geführt: auf der Strasse und in den Medien. Während bei den Protesten auf der Strasse die Frontstellung zwischen DemonstrantInnen und Polizei liegt, verlagert sie sich bei der medialen Diskussion auf die Berichterstattung von Midiativistas in den sozialen Medien gegen jene der grossen Medienhäuser Brasiliens.

Besonders der Grupo Globo, eines der weltweit grössten Medienunternehmen mit Sitz in Rio de Janeiro, wird seit den Protesten 2013 zusehends wegen der einseitigen und tendenziösen Berichterstattung von den Demonstrierenden kritisiert. Das Fernsehnetzwerk *Rede Globo*, das während der Militärdiktatur entstanden ist und diese offen unterstützte, ist Teil von Grupo Globo. Ihm gehören Dutzende von Sendern, es ist das grösste private TV-Netzwerk Lateinamerikas und – an den Umsätzen gemessen – das zweitgrösste weltweit. Mit über vierzig Prozent Marktanteil in Brasilien hat es einen enormen Einfluss auf die öffentliche Meinung im Land. Dadurch gibt *Globo* auch die Trends der Berichterstattung für praktisch alle anderen brasilianischen Fernsehkanäle vor.[5] Das Medienunternehmen bezog meist klar Stellung gegen die Demonstrierenden, besonders wenn diese aus dem «linken» Lager stammten. Protestierende wurden vielfach als «Vandalen» bezeichneten – eine klassische Strategie des Othering, die es erlaubt, die «Anderen» diskursiv zu beherrschen. Dazu wurden permanent Bilder von gewaltsamen Auseinandersetzungen und von DemonstrantInnen verursachte Schäden gezeigt, während Polizeigewalt wesentlich seltener thematisiert wurde. Dies in deutlichem Kontrast zu der Tatsache, dass es bei Protesten regelmässig zu massiven und gewalttätigen Polizeieinsätzen kam: 75 Prozent der Verletzungen von JournalistInnen gingen von der Polizei aus.[6] Bei vielen Protesten kam es auch zu Auseinandersetzungen zwischen AktivistInnen und JournalistInnen von *Globo*: Trotz der inzwischen versteckten Logos werden *Globo*-JournalistInnen bei Demonstrationen von AktivstInnen mit Entschiedenheit des Platzes verwiesen.

Neben den Medienunternehmen gibt es Privatpersonen, die als PassantInnen oder als Protestierende Demonstrationen filmen. Zumeist verbreiten sie ihre Videos ungeschnitten und unregelmässig über soziale Netzwerke an Bekannte und FreundInnen – ihre Reichweite ist deshalb unbeständig und meist beschränkt.

Die Midiativistas-Kollektive hingegen berichten regelmässig und verfügen über grosse Netzwerke zur Verbreitung ihrer oft professionell bearbeiteten Videos. Die wichtigsten Midiativistas-Kollektive in Rio de Janeiro, die durch Livestreaming und Videos berichten, sind Mídia Independente Coletiva (MIC), Mariachi, Centro de Mídia Independente (CMI), A Nova Democracia und Papo Reto.[7]

Viele der Kollektive bildeten sich spontan in der Hitze der Ereignisse 2013, mit dem Ziel, Gegeninformationen zu der Berichterstattung von *Globo* und anderen brasilianischen Medien zu veröffentlichen. Zur Verbreitung dienten damals vor allem YouTube und Facebook.[8] Dank deren Infrastruktur konnten die Kollektive ihre Videos kostengünstig für ein grosses Publikum veröffentlichen, was zur Auslösung der grossen Protestwelle beitrug.

In den Videos beziehen die Midiativistas in Rio eindeutig Stellung: Sie verstehen sich als Teil der AktivistInnen. Im Gegensatz zu *Globo* kommen bei den Videos der Midiativistas die Demonstrierenden selbst zu Wort. Ebenso fokussiert sich hier der Blick der Kameras auf Akte von Polizeigewalt. Die Bilder dienen dabei nicht bloss zur Gegeninformation, sondern auch zum Schutz der Protestierenden.

Zu Beginn der Proteste verbreiteten zahlreiche Kollektive, als informelle Gruppen organisiert, ihre Beiträge ohne grosse Ressourcen in den sozialen Medien. Inzwischen ist ein Konsolidierungsprozess in Gang gekommen. Während einige Midiativistas-Kollektive nach dem Abflauen der Proteste 2014 von der Bildfläche verschwanden, hat sich in anderen Kollektiven ein fester Kern von AktivstInnen gebildet, die immer professionellere Videos produzieren. Deren Arbeit geht über die Berichterstattung von Protesten im Stadtzentrum Rio de Janeiros hinaus. Mindestens so bedeutend sind heute Videos zur Aufklärung von Polizeigewalt in den Favelas. Das Engagement der Midiativistas-Kollektive besteht dabei in der eigenen Berichterstattung sowie in der Organisation kritischer Öffentlichkeiten in den Favelas: In Zusammenarbeit mit internationalen Nichtregierungsorganisationen wie Witness und lokalen Midiativistas-Kollektiven wie Papo Reto werden BewohnerInnen von Favelas darin geschult, wie sie Videos filmen, editieren und verbreiten können, ohne sich selbst in Gefahr zu bringen. Eine wichtige Rolle spielt die von Witness entwickelte App «CameraV», die bei der Aufzeichnung von Videodaten Ort und Zeit speichert, damit die Aufnahmen als Beweismaterial für Gerichtsprozesse verwendbar sind.[9] Ein jüngstes Beispiel ist ein mit einer wackeligen Handykamera gefilmtes

Video aus der Favela Providencia in Rio de Janeiro. Darin ist zu sehen, wie eine Gruppe von Polizeieinheiten der Leiche des von ihnen erschossenen 17-jährigen Eduardo eine Waffe in die Hand drückt, um den Mord als Akt der Selbstverteidigung zu inszenieren.[10]

Mit solchen Aktivitäten leisten die Midiativistas-Kollektive einen wichtigen Beitrag zum Schutz bei Demonstrationen und zur Aufklärung von Menschenrechtsverbrechen. Die Beispiele zeigen auch, dass sich ohne die Nutzung von Facebook und YouTube viele wichtige Informationen kaum in diesem Umfang und dieser Geschwindigkeit verbreiten lassen.

Digitale Ambivalenzen in Theorie und Praxis

Mit dem Begriff digitale Ambivalenzen werden zwei widersprüchliche Tendenzen deutlich: Einerseits die erfolgreichen Aneignungsversuche der sozialen Medien durch die Midiativistas, wie sie oben gezeigt wurden: YouTube und Facebook ermöglichten es den Midiativistas, ihre Videos öffentlich zu verbreiten, was besonders für das öffentliche Bild der Proteste von Bedeutung war. Andererseits die problematischen Entwicklungen, die mit der Verbreitung von sozialen Medien einhergehen, da sie von einem Geist des Kapitalismus getragen werden, der sich bis in die intimsten sozialen Beziehungen fortzusetzen droht. Die AktivistInnen setzen sich damit den Strategien der Unternehmen Google, Facebook und Co. aus, die besonders im weiteren Verlauf der Medienarbeit der Kollektive zu Ambivalenzen führte.

Vor allem die den sozialen Medien inhärente Tendenz zur Personalisierung stellt sich für den Medienaktivismus immer wieder als problematisch dar: Durch das Sammeln der Daten von NutzerInnen und immer ausgefeiltere Algorithmen ist das Internet für niemanden das Gleiche. Aus den gesammelten Nutzungsdaten werden algorithmisch die Profile entwickelt, dank derer wir immer und überall aus dem riesigen Datenmeer des Internets die «richtigen» Informationen finden sollen. Damit befindet sich jedeR NutzerIn in seiner persönlichen «Filterblase». Das Resultat sind «Informationsghettos», wie sie Eli Pariser (2011) nennt. Wie aber kann eine soziale Bewegung Einfluss auf die öffentliche Meinung nehmen und Veränderung herbeiführen, wenn sie über die sozialen Medien nur diejenigen erreichen kann, denen aufgrund ihrer bisherigen Aktivitäten ein ähnliches (politisches) Profil zugerechnet wurde? Das grosse Problem dabei ist, dass die Algorithmen, mit denen soziale Medien Suchergebnisse und Anzeigen auf die NutzerInnen zuschneiden, in keiner Weise transparent werden und damit anfällig für unsichtbare Manipulationen sind.

Ein bisher wenig diskutierter, grundlegender Punkt fehlt in der Diskussion: die Tendenz zum reduktiven audiovisuellen Videospektakel, das das

Gefühl vermitteln soll, man wisse, was geschehen sei. Ein Video kann noch so authentisch sein, die Erfahrung mit allen Sinnen kann es nicht ersetzen. Die Reduktion auf Sehen und Hören kann als eingeschränkte Wahrnehmung akzeptiert werden oder nicht, sie birgt ein enormes Risiko von Kontrolle und Manipulation. Wer in Rio de Janeiro lebt, wird im Alltag Situationen begegnen, die ein Algorithmus womöglich «wegrechnen» würde: in materieller Armut lebende Personen, die um Geld bitten, oder Schüsse aus der nächstgelegenen Favela, die durch die Nacht hallen, sind Teil der schwierigen Wirklichkeit der Stadt. Im kontrollierten Raum des Internets können solche Realitäten weggerechnet werden: Das personalisierte Netz wird zur Komfortzone. Gesellschaftliche Auseinandersetzungen über soziale Grenzen hinweg und Debatten, die gegensätzliche Meinungen zulassen, werden so erschwert.

Ein weiteres Problem betrifft den Umgang der Internetunternehmen mit den Nutzungsbedingungen, die für NutzerInnen zwar einsehbar – aber selten nachvollziehbar – sind und von den Unternehmen willkürlich umgesetzt werden können. Das zeigte unter anderem die Erfahrung des Midiativista Rafucko: In einem Satirevideo kommentierte der Videokünstler den Sprecher des «Jornal Nacional» von *Globo*. Innerhalb von weniger als zwölf Stunden wurde das Video aufgrund einer Copyright-Beschwerde von *Globo* auf Facebook gelöscht.[11] Andere Beispiele von Zensur und Manipulation betreffen das Medienkollektiv MIC, deren Facebook-Seite nach einem Hackerangriff für mehrere Tage von Facebook gesperrt wurde. Die darauf folgenden Diskussionen auf sozialen Medien stellten infrage, inwiefern gewisse Personen und Gruppen mehr oder weniger Einfluss auf die intransparenten Entscheidungen sozialer Medien nehmen können. Doch nicht nur Manipulation und Zensur sind eine reale Herausforderung: Im Interview erklärt Rafucko das Problem der Personalisierung konkret. Mit seinen Videos erreiche er vor allem diejenigen, die ohnehin schon eine ähnliche Meinung wie er vertreten würden. Dadurch werde eine öffentliche Debatte quasi verunmöglicht, da die Videos kaum Menschen ausserhalb der Protestbewegung erreichen.

Auch der brasilianische Staat reagierte auf die Proteste von 2013. Er schuf die «Delegacia de Repressão aos Crimes de Informática» (DRCI), eine Behörde, deren Aufgabe die «Sicherheit» des Internets ist. Dass die DRCI bereits bei einem politischen Prozess gegen 23 AktivistInnen aus Rio de Janeiro belastende Daten lieferte,[12] macht deutlich, dass die DRCI als Überwachungsinstitution gegen politische BürgerInnen eingesetzt werden kann, die ihre Daten auf sozialen Medien hinterlassen.

Trotz der grossen Erfolge der Midiativistas haben die Erfahrungen mit Personalisierung, Urheberrechten, Überwachung und der Intransparenz der sozialen Medien dazu geführt, dass die Midiativistas-Kollektive den

sozialen Medien gegenüber inzwischen eine kritische Haltung einnehmen. Sie haben begonnen, nach Alternativen zu suchen, um ihre Unabhängigkeit zu bewahren: Eine der effektivsten Methoden ist der Aufbau eigener Websites. Die Kollektive MIC und Mariachi aus Rio haben sich zusammengeschlossen, um gemeinsam eine eigene Site betreiben zu können. Dabei ist eine der grössten Herausforderungen für Midiativistas, ihre Unabhängigkeit angesichts ihrer schwierigen ökonomischen Situation zu bewahren: Da sie für das grosse und zeitaufwendige Engagement keinen Lohn bezahlt bekommen, befinden sich viele in prekären Situationen.

Mit der zunehmenden Professionalisierung und Verselbständigung vieler Midiativistas geraten die Kollektive so in neue Ambivalenzen. Unter den MedienaktivistInnen wurde etwa das Beispiel des Kollektivs Mídia Ninja kontrovers diskutiert. Ohne es ursprünglich transparent gemacht zu haben, hat das Kollektiv vom Staat indirekt finanzielle Unterstützung erhalten. Daraufhin warfen AktivistInnen Mídia Ninja vor, vom Staat vereinnahmt worden zu sein. Mit seiner Unterstützung erkennt der brasilianische Staat zwar indirekt die Bedeutung von Medienkollektiven an und für die Kollektive bedeutet eine finanzielle Unterstützung grössere ökonomische Sicherheit. Zugleich aber besteht damit die Gefahr, die Unabhängigkeit und/oder das Vertrauen anderer AktivistInnen zu verlieren.

Die Midiativistas-Kollektive stehen heute deshalb an einem Scheideweg: Entweder sie entscheiden sich für ihre vollständige Unabhängigkeit um den Preis oft prekärer Lebensverhältnisse und des Ausschlusses ärmerer Mitglieder, oder sie öffnen sich staatlicher Unterstützung oder einer Kommerzialisierung.[13]

Die Ambivalenzen, mit denen Midiativistas-Kollektive in Rio zu kämpfen haben, zeigen, dass das Internet als eine für alle kostenlose und gleichermassen zugängliche Plattform so nicht existiert, sondern von sozialen Macht- und Ressourcenverteilungen abhängig bleibt und politischen Auseinandersetzungen gegenüber nicht neutral ist.

Fazit

Die hier diskutierte Problematik, mit der sich die Midiativistas in Rio de Janeiro auseinandersetzen müssen, betrifft uns letztlich alle, denn es sind dieselben sozialen Medien, die auch in den Alltag der Menschen in Europa eingedrungen sind. Dabei kann es nicht darum gehen, eine Rückkehr zu der Zeit vor dem Internet und den sozialen Medien zu fordern, um ein «richtiges Leben» zu finden. Es muss darum gehen, sich bewusst zu werden, dass soziale Medien keine sicheren Territorien für politische AktivistInnen sind und bei gleichbleibenden Entwicklungen zunehmend die Organisation und Verbreitung von Widerstand erschweren können.

Die Beispiele aus Rio de Janeiro zeigen, dass sich durchaus Lücken für vereinzelte widerständige Aneignungen finden lassen. Die Entscheidung und der Schritt der Midiativistas, sich nach 2013 neu zu organisieren und eigene Websites aufzubauen, macht aber deutlich, wie wichtig es ist, zumindest eine partielle Unabhängigkeit von den Internetgiganten wie Googles YouTube und Facebook zu gewinnen. Eine theoretische Kritik an sozialen Medien ist notwendig, weil sie grundlegende Probleme sichtbar machen kann. Sie ist jedoch verkürzt, wenn sie die Mehrdeutigkeit der Praktiken ausblendet. Will man einer absoluten Resignation entgehen, bleibt somit nur eine kritische Praxis in dem umkämpften Terrain der sozialen Medien – Praktiken, denen es gelingt, die sich bietenden digitalen Ambivalenzen zu nutzen.

Anmerkungen

1 Die in diesem Artikel diskutierten Inhalte sind während einer viermonatigen Feldforschung entstanden, die im Rahmen meines Doktoratsprojekts durchgeführt wurde, welches Medienaktivismus in Rio de Janeiro und Kapstadt untersucht. Ermöglicht wurde die Forschung unter anderem durch die finanzielle Unterstützung der Freiwilligen Akademischen Gesellschaft Basel, wofür ich mich gerne bedanken möchte.

2 Soziale Medien spielten so von Beginn an eine bedeutende Rolle. Die Ereignisse in Brasilien reihen sich in eine Serie von Demonstrationen ein, die Anfang dieses Jahrzehntes diverse Teile der Welt in Bewegung brachten: vom Arabischen Frühling, dem Kampf um den Taksim-Platz in Istanbul, den diversen Occupycamps, der M15-Bewegung in Spanien bis hin zur Regenschirmrevolution in Hongkong. Trotz der angebrachten Vorsicht gegenüber globalen Vergleichen wagen Bringel / Dominguez (2015) daher die These einer neuen Phase sozialer Bewegungen, charakterisiert durch die intensive Nutzung sozialer Medien.

3 Diese beiden Unternehmen haben sich eine sehr starke Position im brasilianischen Markt des Internets erarbeitet, der mit 68,1 Millionen aktiven NutzerInnen als der fünftgrösste weltweit gilt. Allerdings arbeitet auch das brasilianische Medienunternehmen *Globo* mit 19,5 Millionen VideonutzerInnen im Internet erfolgreich an seinem digitalen Einfluss. Weitere Statistiken unter: www.usmediaconsulting.com/img/uploads/pdf/2014_Brazil_Digital_Future_in_Focus_EN.pdf (Abfrage 29.1.2016).

4 Der Begriff der «digitalen Ambivalenz» ist durch den Titel der Konferenz «Ambivalências digitais» inspiriert, welche die Heinrich Böll Stiftung im Oktober 2015 in Rio de Janeiro durchgeführt hat.

5 Ausser *Globo* berichten Fernsehkanäle wie *Rede TV* oder *SBT* und Zeitungen wie *Folha de S. Paulo* oder *O Dia* über die Proteste, wobei die Unterschiede bei Ton und Richtung der Darstellungen sich selten von *Globo* unterscheiden. Mit einem Marktanteil von 42,2 Prozent (2012) am gesamten Fernsehpublikum in Brasilien und bei gleichzeitiger Reichweite von 98,6 Prozent wird deutlich, wie ausgeprägt die hegemoniale Rolle von Rede *Globo* in Brasilien ist. Siehe dazu: www.estatico.redeglobo.globo.com/2013/10/22/Globo_RelatorioSocial_2012_ingles.pdf (Abfrage 29.1.2016).

6 Diese Statistik der Gewerkschaft für Journalisten mit Sitz in Rio de Janeiro wurde mir von deren Pressesprecher in einem Interview ausführlich erklärt: Grosse Medienunternehmen sorgten sich nach dem Tod des für den Fernsehkanal *Rede Bandeirantes* arbeitenden Kameramannes Santiago Andrade bei einer Demonstrati-

on im Februar 2014 in Rio de Janeiro immer lauter um ihre eigene Sicherheit. Dabei sei in der Berichterstattung, besonders von *Globo*, unterschlagen worden, dass sich das Unternehmen nicht ausreichend um den Schutz seiner MitarbeiterInnen gekümmert hatte und zudem der Eindruck erweckt wurde, dass die DemonstrantInnen gefährlich seien – dies widerspreche der empirischen Wirklichkeit, so der Interviewte.

7 Die Website der Medienkollektive sowie deren Facebook, YouTube und Twitteraccounts sind äusserst empfehlenswert, trotz möglicher sprachlicher Verständnisprobleme. Folgende Websites sind besonders lohnenswert: Midia Coletiva: www.midiacoletiva.org; Centro de Midia Independente: cmirio.tk (Abfrage 29.1.2016).

8 Eine überblickende Analyse zur Implementierung und Nutzung sozialer Medien findet sich bei Horst (2011), die sich unter anderem mit kulturellen Spezifitäten Brasiliens bei der Aneignung globaler sozialer Medien wie Facebook befasst.

9 Für weitere Informationen zu der App: www.witness.org (Abfrage 29.1.2016).

10 Das Video findet sich auf YouTube, allerdings sind die Bilder äusserst blutig: www.youtube.com/watch?v=-aslkHCz-Bo (Abfrage 29.1.2016).

11 pt-br.facebook.com/okcufar/photos/a.155342024548846.38977.155319264551122/584084025007975/?type=3&fref=nf (Abfrage 29.1.2016).

12 www.odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2014-07-22/desembargador-questiona-delegado-por-nao-dar-acesso-a-documento-contra-ativistas.html (Abfrage 29.1.2016).

13 Dass Videokollektive durchaus kommerziell Erfolg haben können, zeigt etwa das Beispiel des Videomagazins *Vice:* Dieses war ursprünglich ein kleines, unabhängiges und subkulturelles Videomagazin aus Kanada. Inzwischen hat es sich internationalisiert und wird durch stattliche Beteiligungen von 21st Century Fox des Medienmoguls Rupert Murdoch und des amerikanischen Medienunternehmens A&E Networks kontrolliert. Siehe: Steel, Emily, 2014: Vice Lands 2nd Investment, to Fuel Expansion. In: New York Times, 4. September. www.nytimes.com/2014/09/04/business/media/vice-lands-2nd-investment-to-fuel-expansion.html?_r=1 (Abfrage 27.1.2016).

Literatur

Adorno, Theodor W., 2003 (1951): Minima Moralia. Frankfurt am Main

Boltanski, Luc / Chiapello, Ève, 2006: Der neue Geist des Kapitalismus. Konstanz

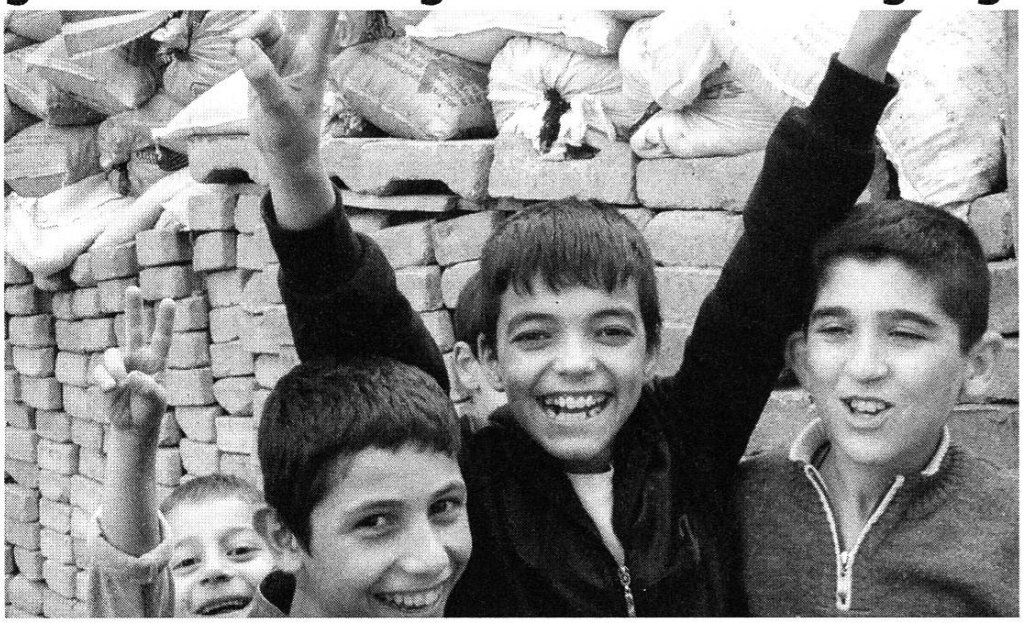
Bringel, Breno M. / Domingues, José Mauricio (Hg.), 2015: Global Modernity and Social Contestation. London

Horst, Heather, 2011: Free, Social and Inclusive: Appropriation and Resistance of New Media Technologies in Brazil. In: International Journal of Communication, Nr. 5, 437–462

Mager, Astrid, 2014: Ideologie des Algorithmus. Wie der neue Geist des Kapitalismus Suchmaschinen formt. In: Stark, Birgit / Dörr, Dieter / Aufenauger, Stefan (Hg.): Die Googleisierung der Informationssuche. Suchmaschinen zwischen Nutzung und Regulierung. Berlin, 201–223

Pariser, Eli, 2011: The Filter Bubble. What the internet is hiding from you. New York

Menschen kämpfen weltweit für eine gerechte Basisgesundheitsversorgung.

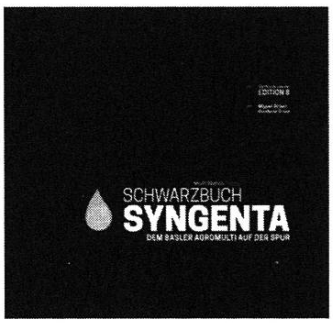


Unser Bulletin berichtet von solidarischem Handeln.

medico international schweiz
www.medicointernational.ch
info@medicointernational.ch

044 273 15 55
PC 80 - 7869 - 1

medico international schweiz
Centrale Sanitaire Suisse, CSS Zürich



Kritik an der kapitalistisch-industriellen Landwirtschaft

MultiWatch (Hrsg.): **Schwarzbuch Syngenta.**
Dem Basler Agromulti auf der Spur.
320 Seiten, Broschur, Fr. 29.–,
ISBN 978-3-85990-283-1

Der Basler Agromulti Syngenta ist der grösste Pestizid- und drittgrösste Saatguthersteller weltweit. MultiWatch zeichnet ein Porträt des Konzerns und seines Versuchs, die kapitalistische industrielle Landwirtschaft als alleiniges Zukunftsmodell und Absatzmarkt für die konzerneigene Agrogentechnik und Agrochemie zu fördern. Das Schwarzbuch zeigt, wie sich Syngentas Produkte und Politik rund um die Welt auf die Biodiversität und die kleinbäuerliche Landwirtschaft auswirken. Syngentas Bemühen, Patente auf Nutzpflanzen zu erlangen, wird als ein Aspekt der neoliberalen Akkumulation durch Enteignung analysiert. Fallbeispiele aus Brasilien und Paraguay zeigen, dass letztere durchaus auch in offene Gewalt umschlagen kann. Das Schwarzbuch Syngenta enthält Gastbeiträge von Vandana Shiva, Miguel Altieri, Elizabeth Bravo, Martin Forter, Florianne Koechlin, Markus Spörndli, Marianne Spiller, Greenpeace Schweiz, kriPo kritische Politik an den Hochschulen Zürichs, Foundation of Agrarian Studies, Brot für Alle, Erklärung von Bern, Schweizer Allianz Gentechfrei, Longo Mai und Solifonds.

www.edition8.ch

edition 8