GENDER OPEN REPOSITORIUM

Mexiko : Zur Strategie der feministischen Nachrichtenagentur CIMAC und des JournalistInnen-Netzwerks „Red Nacional de Periodistas"

Scholtys, Britta

2002

https://doi.org/10.25595/921

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Scholtys, Britta: *Mexiko : Zur Strategie der feministischen Nachrichtenagentur CIMAC und des JournalistInnen-Netzwerks „Red Nacional de Periodistas"*, in: Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis, Jg. 25 (2002) Nr: 61, 129-135. DOI: https://doi.org/10.25595/921.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY 4.0 Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de

Terms of use:

This document is made available under a CC BY 4.0 License (Attribution). For more information see:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.en

GenderOpen – Repositorium für die Geschlechterforschung: www.genderopen.de

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

beiträge
zur feministischen theorie und praxis

Frauen in den Medien

61

beiträge
zur feministischen theorie und praxis

Frauen in den Medien

61

1. Auflage 2002
Eigenverlag des Vereins Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis e.V., Köln
Satz und Druck: DruckBetrieb Köln

Impressum

beiträge
zur feministischen theorie und praxis

25. Jahrgang (2002) Heft 61

Verantwortliche Redakteurinnen: Rose Marie Beck, Schahrzad Farrokhzad

Redaktion: Petra Erbrath, Claudia Nikodem, Nicole Pirpamer, Kristina Reiss, Brunhilde Sauer-Burghard, Erika Schulze, Eva-Maria Soja, Ingrid Straube

Lektorat: Heidrun Uta Ehrhardt

Mitarbeiterinnen dieses Heftes: Alexandra Borrmann, Schahrzad Farrokhzad, Uta Fenske, Frida Hartz, Gudrun Hentges, Elisabeth Klaus, Lena Laps, Jutta Röser, Christina Schachtner, Sylvia Schießer, Britta Scholtys, Anne Schulz, Ina Schwabe

Die „beiträge" erscheinen ca. dreimal im Jahr. Preis des Einzelheftes ab Heft 52 15,– €, Doppelheft 21,– €, Heft 9/10-52 s. Lieferbare Titel, Abonnement (jeweils 3 Nummern) 43,- €, Förderabonnement ab 62,- €, Mitfrauenabonnement 41,– € (jeweils inclusive Porto- und Verpackungskosten). Einzelhefte sind durch jede Buchhandlung oder direkt beim Verlag zuzügl. Versandkosten zu beziehen. Abonnements ausschließlich beim Verlag. Abbestellungen spätestens drei Monate vor Ende des Kalenderjahres möglich. Der Verlag erzielt keinen Gewinn. Mitarbeit erfolgt grundsätzlich ohne Honorar. Copyright by the authors. Nachdruck nur mit besonderer Erlaubnis des Verlages und unter Quellenangabe gestattet. Sämtliche Verwertungsrechte an Übersetzungen liegen beim Verlag. Für unverlangt eingesandte Manuskripte kann keine Haftung übernommen werden.

ISSN 0722-0189

Verlags- und Redaktionsadresse: Niederichstr. 6, 50668 Köln, Tel.: 0221/13 84 90; FAX: 0221/139 01 94; http://www.beitraege-redaktion.de; E-Mail: beitraege-redaktion@t-online.de
Konto: Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis e.V., Konto-Nr.: 7 192 032 Stadtsparkasse Köln (BLZ 370 501 98) und Konto-Nr. 56530-500 Postbank Köln (BLZ 370 100 50)

Vertrieb von Einzelheften und Abonnements: Verlag des Vereins Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis e.V.
Auslieferung für der Buchhandel (BRD, Österreich, Niederlande): SOVA, Friesstr. 20-24,60388 Frankfurt, Tel.: 069/41 02 11; FAX: 069/41 02 80
Schweiz: ars.lit. Verlagsauslieferung, Oberwilerstr. 64, CH-4054 Basel, Tel./FAX: 0041/61/281 11 23

Inhalt

Editorial 5

Frauen in den Medien

Elisabeth Klaus
Perspektiven und Ergebnisse der Geschlechterforschung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft 11

Jutta Röser
Mysterium Gender in der Mediengewaltforschung
Eine Forschungskritik 33

Sylvia Schießer
Gender, Medien und Militär: Zur Konstruktion weiblicher Stereotype in der Darstellung von Soldatinnen in den Printmedien der Bundeswehr 47

Uta Fenske
Nahaufnahme: *Die Sünderin* oder „sittlich verletzt".
Eine geschlechterhistorische Betrachtung 63

Schahrzad Farrokhzad
Medien im Einwanderungsdiskurs
Überlegungen zur Konstruktion der „fremden Frau" 75

Gudrun Hentges
Frauen knüpfen am braunen „Weltnetz"
Mediennutzung der Extremen Rechten am Beispiel des Skingirlfreundeskreises Deutschland (SFD) und der (Online-)Zeitschrift Triskele 95

Anne Schulz
Die schönsten Berufe der Welt?
Frauen in den Medien 111

Lena Laps
Ihrsinn allein unterm Regenbogen? 123

Britta Scholtys
Mexiko: Zur Strategie der feministischen Nachrichtenagentur CIMAC und des JournalistInnen-Netzwerks „Red Nacional de Periodistas" 129

Christina Schachtner
Neue Perspektiven auf die Geschlechterverhältnisse im Kontext des Netz-Mediums 137

Ina Schwabe
Frauen als Medienmacherinnen –
Was bringt uns der Online-Journalismus?
Hat Online-Journalismus eine Zukunft? 147

Rätsel Mittel und Wege 152

Autorinnen 154

Vorankündigung Heft 62
Alternative Lebensformen (Arbeitstitel) 156

Vorankündigung Heft 63
Frauen und Migration (Arbeitstitel) 156

Abbildung kann aus urheber*innenrechtlichen Gründen nicht angezeigt werden

Alexandra Borrmann, Konzentration (1), 1998, Buntstift auf Papier, 20 x 30 cm

Britta Scholtys

Mexiko: Zur Strategie der feministischen Nachrichtenagentur CIMAC und des JournalistInnen-Netzwerks „Red Nacional de Periodistas"[1)]

Mexiko-Stadt, Ende der achtziger Jahre. In der Redaktion der seit 1984 erscheinenden unabhängigen Tageszeitung *La Jornada* im Zentrum der Zwanzig-Millionen-Metropole konspirieren fünf feministische Journalistinnen. Seit 1987 geben sie eine feministische Monatsbeilage heraus: die *Doble Jornada*. Doch das sechzehnseitige Beiblatt zur Tageszeitung ist den Feministinnen nicht genug. Sie wollen mehr. Sie wollen die Lebenswirklichkeiten der Mexikanerinnen – immerhin rund 51 Prozent der Gesamtbevölkerung – auf den Titelseiten der Massenprintmedien sichtbar machen, sie auf die TV-Bildschirme und ins Radio bringen – frei von Geschlechterstereotypen und in den unterschiedlichen Ressorts mit gleichgestellter Präsenz wie die traditionell männlichen Nachrichten.

Die Zielvorstellung klingt im Jahr 1987 nach Utopie. Die Hürden bestehen nicht allein in der männlich dominierten mexikanischen Sozialstruktur, dem spezifischen Caudillismus[2)], Machismus und katholischen Wertkonservatismus von Gesellschaft und Medien, sondern auch im kritischen Widerstand vieler mexikanischer Feministinnen und der Frauenbewegung. Den unorthodoxen *Doble-Jornada*-Feministinnen wird „abtrünniges Verhalten" und „verräterischer Pragmatismus" vorgeworfen.

Durch die Kollaboration mit den traditionell männlich dominierten Massenmedien könnten feministische Positionen und Forderungen wie unter anderen das Recht auf freie und legale Abtreibung, auf die freie Entscheidung über das Sexualleben und den Kampf gegen die vielfältigen Formen der Gewalt gegen Frauen aufgeweicht werden, so die Befürchtung.

Die Kritikerinnen verweisen zudem auf die zahlreich geschaffenen Foren der so genannten Gegenöffentlichkeit, die die Frauenbewegungen in Lateinamerika geöffnet haben: eine Vielzahl an feministischen Zeitschriften, frauenspezifischen Beilagen und auch Radioprogrammen.[3)] In Mexiko erscheinen seit 1976 die ersten feministischen Publikationen: die Zeitschriften *Cihtuatl*, *La Revuelta* und *Fem. Fem* ist die einzige Monatszeitschrift, die bis heute überlebt hat.

In anderen lateinamerikanischen Ländern entstanden beispielsweise 1974 das chilenische Frauendokumentations- und Informationszentrum *Isis Internacional* mit Sitz in Santiago de Chile, 1978 in Costa Rica mit Geldern der UN-Organisation UNESCO der Fraueninformationsservice *SEM*, 1979 das peruanische Frauendokumentationszentrum *Flora Tristán* in Lima, 1983 das Informations-Netzwerk der chilenischen und südamerikanischen Frauenbewegung *Fempress* in Santiago de Chile und 1985 die erste und bisher einzige feministische Zeitschrift Uruguays: *Cotidiano Mujer*.[4)]

Trotz der kritischen und skeptischen Stimmen aus der mexikanischen Frauenbewegung lässt sich die Gruppe der *Doble Jornada*, allen voran ihre Herausgeberin Sara Lovera, von ihrer Vision im Jahr 1987 nicht abbringen. Fünf Jahre später mieten die Journalistinnen ein kleines Büro und legen den Grundstein für das, was heute das feministische Nachrichtenzentrum CIMAC (Comunicación e Información de la Mujer, A.C.: „Kommunikation und Information von Frauen") ist.

Ihr Ziel: Nachhaltig gegen die Ghettoisierung von Frauenthemen in spezifischen Beilagen und Zeitschriften anzuschreiben und die geschlechterdifferenzierte Berichter-

stattung in den mexikanischen Massenmedien durchzusetzen. Ihre Strategie: Eine eigene Nachrichtenagentur, die Schulung von JournalistInnen in geschlechterbewusster Berichterstattung und der Aufbau eines JournalistInnen-Netzwerkes.
Pionierin Sara Lovera verteidigt nach wie vor ihre Strategie: „Wenn wir heute feministische Politik machen wollen, dann müssen wir in die großen, etablierten Medien eindringen. Dort müssen wir ansetzen, nicht mehr in kleinen Publikationen unter Gleichgesinnten. Die Zeiten sind vorbei."
In jenem Jahr 1987 war das Projekt sicherlich „visionär", wie die peruanische Journalistin Ana María Portugal des Frauendokumentationszentrums *Isis Internacional* (Perspectivas 2000, S. 5) kommentiert. Heute aber hat sich der Ansatz als gesamtpolitische Meta-Strategie durchgesetzt – zumindest in der Politik der Vereinten Nationen. „Gender Mainstreaming", wie der Ansatz genannt wird, ist seit der 4. Weltfrauenkonferenz 1995 in Peking verpflichtend für die UN-Politik.
„Gender Mainstreaming", also die Geschlechterperspektive als durchgängiges Leitprinzip bei allen politischen Prozessen, soll die traditionelle Gleichstellungs- und Frauenförderpolitik ergänzen. Während sich diese jahrelang auf spezifische politische Problemstellungen der Geschlechterasymmetrie konzentriert hat, um so der Geschlechterhierarchie entgegenzuwirken, soll der Gender-Mainstreaming-Ansatz nun eine nachhaltige Veränderung bei den Akteuren und in allen politischen Bereichen erreichen.
Mit eben dieser Zielvorstellung, die Geschlechterperspektive in der Massen-Berichterstattung zu etablieren, ist CIMAC als notwendige Fortführung der bis dahin agierenden feministischen und frauenspezifischen Publikationen entstanden.

Die Strategie der Agentur CIMAC basiert darauf, eine konstruktive Zusammenarbeit zwischen den Aktivistinnen der Frauenbewegung, akademischen Feministinnen sowie den Akteurinnen der Realpolitik einerseits und den Journalistinnen und Journalisten der Massenmedien andererseits herzustellen. Vier strategische Ansatzpunkte sind dabei ausschlaggebend: Gender-Workshops für JournalistInnen und der Ausbau der Kooperation im JournalistInnen-Netzwerk, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Frauen-NGOs, ein Dokumentationszentrum und die Nachrichtenagentur CIMAC (http://www.cimacnoticias.com).

Gender-Workshops: Sensibilisierung und Schulung von JournalistInnen

CIMAC organisiert und führt Workshops in geschlechterdifferenzierter Berichterstattung mit Journalistinnen und Journalisten durch. Ziel ist die Sensibilisierung und Schulung der Medienschaffenden hinsichtlich der Geschlechterperspektive. Die Bewusstseinsbildung eines geschlechterdifferenzierten Blicks wird mit Fachwissen zu geschlechtsspezifischen Unterschieden in den verschiedensten thematischen Bereichen kombiniert. Beispielsweise hat CIMAC Workshops zu den Themen „Frauen und Armut", „Reproduktive Gesundheit", „Geschlecht und Demokratie" etc. durchgeführt. In diesen Workshops sollen die Journalistinnen und Journalisten nach einer ersten Sensibilisierungsrunde mit Hilfe des Fachwissens, das CIMAC und feministische Expertinnen erarbeitet haben, Meldungen, Berichte, Reportagen und Features schreiben. Sie erproben also in ihrem jeweiligen persönlichen und medienbedingten Stil – von der regionalen oder überregionalen Tageszeitung über die Wochen- und Monatszeitschrift bis hin zu TV- und Radioprogrammen – den geschlechterdifferenzierten Blick in der journalistischen Praxis.

Die Workshops sollen zudem Berührungsängste zwischen der Frauenbewegung und Medienschaffenden abbauen und vielmehr eine Brücke zwischen den jeweiligen Akteuren schlagen.
Die JournalistInnen werden als MultiplikatorInnen für die Propagierung der Geschlechterperspektive in den Massenmedien geschult und sollen sich zu aktiven Mitgliedern des JournalistInnen-Netzwerks „Red Nacional de Periodistas" entwickeln. Denn diese wiederum haben die Funktion, den täglichen Informationsdienst der Nachrichtenagentur CIMAC zu nutzen, indem die Meldungen, Berichte und Features veröffentlicht werden oder als Themenanregung und Materialquelle dienen. Auch sollen sie bei themenspezifischen Kampagnen[5] durch die Veröffentlichung der gelieferten CIMAC-Beiträge oder durch eigene Texte mitwirken.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

CIMAC schult die Nichtregierungsorganisationen der mexikanischen Frauen- und Menschenrechtsbewegung in Öffentlichkeitsarbeit. Zudem organisiert CIMAC Pressekonferenzen für die Frauen-NGOs. Damit soll wiederum die Brücke zwischen Frauenbewegung und Massenmedien geschlagen und den Expertinnen ein (massen)-medienwirksames Auftreten vermittelt werden.

Dokumentationszentrum

Ein Dokumentationszentrum mit rund 2.000 Büchern, etwa 150 Video-Tapes, rund 100 Radio-Beiträgen sowie Zeitungen, Zeitschriften, Studien, Zeitungsartikeln, Redemanuskripten, Dokumenten – insgesamt rund 20.000 archivierten Materialien – zu den unterschiedlichsten Themen steht der Recherche zur Verfügung. Schwerpunkte sind beispielsweise: Frauen und Medien, Gewalt, reproduktive Gesundheit, Aids, Frauenrechte, politische Partizipation, Feminismus, Armut, Wirtschaft, Arbeitsrechte, Gewerkschaften, Bevölkerung, Indígenas, Migration etc.
Ein wöchentlich erarbeiteter Pressespiegel zur Nachrichtenpräsenz von Frauen in den Massenmedien soll zudem Ansätze der Geschlechterperspektive in der Berichterstattung dokumentieren. Rund 25 überregionale Tageszeitungen und Zeitschriften sichten die Mitarbeiterinnen des Dokumentationszentrums dazu täglich.

Nachrichtenagentur

Die Nachrichtenagentur CIMAC bedient mit täglichen Meldungen, Hintergrundberichten und Features zu Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesundheit, Menschenrechten und vielem mehr (vgl. http://www.cimacnoticias.com) mit Geschlechterperspektive die nationale Tagespresse, Hörfunk und TV. Darunter finden sich wichtige überregionale Tageszeitungen wie *El Sol de México* oder *Milenio* sowie Radioprogramme wie der Privatsender *Detrás de la Noticia* und der staatliche Kultursender *Radio Educación*. „Wir produzieren Nachrichten nicht nur für Frauen, sondern die gesamte Gesellschaft", erklärt CIMAC-Chefin Sara Lovera ihren Ansatz.
Gleichwohl hat die Strategie einen Haken: CIMAC ist auf die Zusammenarbeit mit den mittlerweile rund 600 JournalistInnen des Netzwerkes sowie die Kooperationsverträge mit anderen Nachrichtenagenturen angewiesen, die als Verteiler für den Informationsservice von CIMAC dienen. Darunter: die staatliche Nachrichtenagentur *Notimex*, die Informationsdienste des politischen Wochenmagazins *Proceso* und der

überregionalen Tageszeitung *La Jornada*, die Agenturen *Cambio* und *Prensa Latina* sowie das Online-Nachrichten-Portal von *T1MSN*.
Denn auch im Jahr Zehn seit Bestehen CIMACs verdient das Nachrichtenzentrum kein Geld mit seinem Informationsservice. Die einzigen Einnahmen fließen aus den Pressekonferenzen, der Rest wird von internationalen Geldgebern finanziert. Darunter: die *Friedrich-Ebert-Stiftung*, die *Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit*, die *Heinrich-Böll-Stiftung*, die US-Stiftungen *Hewlett Packard* und *MacArthur* sowie bei speziellen Medienkampagnen die UN-Frauenorganisation *UNIFEM* und der UN-Bevölkerungsfonds *UNPF*.
Sara Lovera erklärt den offenbar mangelnden Marktwert der Geschlechterinformationen CIMACs mit dem Hinweis auf ein strukturelles Problem der mexikanischen Massenmedien. Als Informationsträger hätten diese traditionell einen sehr geringen Marktwert. Denn jahrzehntelang war die Massenkommunikation von der bis zum Jahr 2000 – insgesamt 71 Jahre – regierenden Staatspartei PRI gelenkt, unter anderen durch Papierkontingente und Lizenzen. Noch heute sei der Informationsservice der staatlichen Nachrichtenagentur Notimex für die Verleger quasi gratis, meint Lovera. Die beiden einzigen privaten Nachrichtenagenturen, die Geld verdienten, seien *Apro* des Wochenmagazins *Proceso* und *Lemus*. Aber „beide leben von Werbung", sagt Lovera. Ihrer Meinung nach sei der geringe Informations-Marktwert ein lateinamerikanisches Problem. Die „Unterentwicklung" der Länder – Analphabetentum, Armut und Diktaturen – sei mitverantwortlich für die hohe Zahl an Massenmedien, vor allem an Zeitungs- und Zeitschriftentiteln mit zum Teil sehr geringer Auflage. Mexiko ist dabei in Lateinamerika führend: 295 Zeitungen mit einer Gesamtauflage von rund 9 Millionen Exemplaren erscheinen nach Angaben des *Spiegel Almanach (2002)* täglich, rund 30 Tageszeitungen allein in der 20-Millionen-Metropole Mexiko-Stadt. Zum Vergleich: In Gesamtlateinamerika erscheinen nach Angaben von CIMAC täglich rund 900 Tageszeitungen.
Mexiko bietet seinen insgesamt knapp 100 Millionen Einwohnern darüber hinaus rund 750 TV-Sender, davon 145 Kabelstationen sowie 1.047 private Rundfunkstationen. Die Printmedien können mit ihren geringen Auflagen allein durch Werbung und Anzeigen überleben, nicht aber durch den Abonnement- oder Straßenverkauf, so Lovera.
Die CIMAC-Chefin beurteilt die wachsende Zahl der kooperierenden JournalistInnen und die Verteilerverträge mit den traditionell männlich dominierten Nachrichtenagenturen dennoch als Erfolg auf dem Weg zur massenmedialen Durchdringung mit geschlechterdifferenzierter Information. Denn *Notimex* und *Apro* repräsentieren den Journalismus als traditionelle Männerdomäne par excellence – „los más machos", die „Obermachos", so Loveras Urteil. Damit – so ihr Resümee – „sind wir endgültig raus aus dem Ghetto".

Red Nacional de Periodistas – das mexikanische JournalistInnen-Netzwerk

Seit im Jahr 1995 rund 50 Journalistinnen die Red Nacional de Periodistas, das JournalistInnen-Netzwerk, in Mexiko-Stadt gegründet haben, hat sich die Zahl mehr als verzehnfacht: Heute arbeiten rund 600 JournalistInnen aus allen 32 mexikanischen Bundesstaaten im Netzwerk zusammen. Sie erhalten den täglichen Informationsservice der Nachrichtenagentur CIMAC und versuchen – je nach Position innerhalb ihres Mediums – diese Information zu veröffentlichen oder weiterzuverarbeiten. Ihrerseits wiederum schicken sie Artikel aus den Bundesstaaten an CIMAC in Mexiko-Stadt, die sie in den Verteiler integriert.

Die Strategie und Funktion der kollaborierenden Journalistinnen beschreibt Lovera als „Kampf von innen". „Die Journalistinnen erobern Ressorts, und nach und nach finden wir dann die Gender-Meldungen auf den Titelseiten", beschreibt die Chefin vereinfacht ihre – bis heute noch realitätsferne – Vorstellung. Nicht alle der Netzwerk-Journalistinnen, die sich in ihren jeweiligen Medien oftmals mit den traditionellen Machtstrukturen und der traditionell männlich dominierten Sprache und Schreibweise konfrontieren müssen, teilen die Meinung der feministischen Journalistin Lovera. So beurteilt beispielweise die Printjournalistin Eugenia Montalván aus dem Bundesstaat Yucatán das Netzwerk als „wenig effektiv". Natürlich sei sie daran interessiert, so oft wie möglich die Gender-Beiträge zu veröffentlichen, doch funktioniere das nicht immer so, wie sie gerne hätte, erzählt die studierte Anthropologin. Die Journalistin schreibt wie viele ihrer Kolleginnen im Kulturressort. Ihr Chef ist ein Mann, der noch nicht viel von Geschlechterperspektive gehört hat.
Besonders in den Regionen, die fern der Millionen-Metropole Mexiko-Stadt liegen, sind die traditionell männlich dominierten Strukturen weitaus stärker ausgeprägt. Hier dominieren zumeist der gesellschaftliche Machismus und Wertkonservatismus. Die Journalistinnen sind im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen nach wie vor in der Minderheit, von Entscheidungspositionen sind sie weitgehend ausgeschlossen.
Nach einer Erhebung, die CIMAC 1998 unter Journalistinnen des Netzwerkes durchführte (vgl. Lagunes Huerta, Robles Peñalosa 2000), gab die Mehrheit der Befragten an, einen Mann als Chef zu haben (62 Prozent). 20 Prozent der Journalistinnen hatten eine Frau als Chefin, und immerhin 18 Prozent waren ihre eigene Chefin. Nur 15 Prozent der Netzwerk-Journalistinnen waren für das Politikressort zuständig, mehrheitlich schreiben sie über Lokales, Soziales, Gesundheit und Kultur.
Auch bei der weltweit im Jahr 2000 durchgeführten Studie „Global Media Monitoring" (GMMP 2000) schnitt Mexiko nicht überdurchschnittlich gut ab. Das anteilige Verhältnis von Reporterinnen und Reportern in Mexiko entspricht demnach mit 30:70 fast dem internationalen Standard: Weltweit haben Reporterinnen einen Anteil von 34 Prozent, im Vergleich zu 66 Prozent Reportern. Von den mexikanischen Reporterinnen schreiben der GMMP-Erhebung nach nur neun Prozent über frauenspezifische Themen.
Der Anteil von Nachrichten über weibliche Lebenszusammenhänge ist – trotz der nunmehr fast zehnjährigen Informationsstrategie von CIMAC – in mexikanischen Massenmedien nach wie vor gering: durchschnittlich nur 15 Prozent, was der GMMP-Erhebung zufolge knapp unter dem weltweiten Durchschnitt von 19 Prozent liegt. Die Hälfte aller Nachrichten über Frauen findet sich im Themenbereich „Gewalt und Verbrechen" (GMMP-Studie: 47 Prozent), nur 16 Prozent im Politikressort.
Trotz dieser ernüchternden Zahlen verweist CIMAC-Chefin Lovera auf die kleinen Erfolgsschritte, die besonders durch massive Medienkampagnen erreicht wurden.

Themenschwerpunkte und Medienkampagnen

Die Strategie der Zusammenarbeit zwischen Frauen- und Menschenrechts-NGOs, den Akteurinnen der Realpolitik und den JournalistInnen der Massenmedien zeigt sich in einigen beispielhaften Themen, die CIMAC massiv mit Nachrichten, Hintergrundberichten und Reportagen lanciert hat. Allen voran das traurige Beispiel der Frauenmorde in der mexikanisch-nordamerikanischen Grenzstadt Ciudad Juarez, wo seit 1993 misshandelte und verstümmelte Frauenleichen gefunden werden. Jahrelang hat das Grauen angehalten, ohne dass die mexikanische Kriminalpolizei und Justiz sich um Erfolge bei der Aufklärung bemüht hätte. Erst 1998, als bereits über 80 junge Frauen misshandelt und umgebracht worden waren, wurde auf Druck durch massive Medi-

enkampagnen, die CIMAC in Zusammenarbeit mit Frauen- und Menschenrechtsgruppen forcierte, eine Sonderkommission zur Aufklärung der Frauenmorde in Ciudad Juarez ins Leben gerufen. Seit Ende der neunziger Jahre sind die Ermordeten von Juarez zum immer wieder aufgegriffenen Thema in den Medien geworden – auch in zahlreichen internationalen Medien, u.a. dem *Spiegel*.
Die Vergewaltigung von mehreren Indianerinnen durch mexikanische Militärs war ein weiterer Schwerpunkt CIMACs in einer mehr als sechs Jahre andauernden Medienkampagne. Immer wieder wurden Berichte in Zusammenarbeit mit Feministinnen und Menschenrechtlerinnen über CIMAC und das Netzwerk in den Massenmedien lanciert, um die Strafverfolgung der Soldaten zu fordern. Denn die Untersuchungen zu den Vergewaltigungen der Indianerinnen durch mexikanische Soldaten nach dem bewaffneten Aufstand indianischer Rebellen im Januar 1994 im südlichen Bundesstaat Chiapas waren eingestellt worden. Die Täter blieben straffrei. Im letzten Jahr nun wurden die Fälle neu aufgerollt, nachdem Frauen- und Menschenrechtsgruppen der Interamerikanischen Menschenrechtskommission CIDH Berichte und Pressematerial vorgelegt hatten. Die CIDH fordert die derzeitige mexikanische Regierung auf, die Täter zu verurteilen.
Auch das Zusammenspiel zwischen Realpolitik und permanenter Berichterstattung über innerfamiliäre Gewalt hat Früchte getragen: Ende 1997 verabschiedete das mexikanische Parlament ein Gesetz gegen innerfamiliäre Gewalt.

Schwierigkeiten

Auch wenn punktuell in den letzten Jahren sicherlich einige Erfolge auf dem langen Weg zur Geschlechterdemokratie und Gender-Berichterstattung in den Massenmedien in Mexiko erzielt wurden, überwiegen nach wie vor die Schwierigkeiten. So lebt beispielsweise mehr als ein Drittel der mexikanischen Bevölkerung – rund 40 Millionen – in Armut, 26 Millionen davon sogar in bitterer Armut. Die Mehrheit ist weiblich. Knapp 11 Millionen Mexikanerinnen der insgesamt rund 100 Millionen Einwohner können weder lesen noch schreiben. Nahezu jede dritte mexikanische Mutter ist alleinerziehend.
Und unter vielen mexikanischen Feministinnen, vor allem der Generation der siebziger Jahre, ist nach wie vor das „Syndrom der Siebziger-Jahre-Frauen" verbreitet, wie Sara Lovera es formuliert: „Sie wollen aus ihrem Frauenghetto nicht raus", beklagt sie. Viele hätten Angst davor, dass ihre Kenntnisse und Erkenntnisse, ihre Sprache durch die Massenmedien transformiert und uminterpretiert und somit gehaltlos würden. Zum Teil sei dies sicherlich berechtigt, gibt Lovera zu, denn vor allem „die lesbischen Feministinnen oder militanten Kämpferinnen für legale Abtreibung" seien in all den Jahren durch die konservativen Massenmedien stigmatisiert, marginalisiert und mit negativen Stereotypen überladen worden. Dennoch hält die CIMAC-Chefin an ihrer Strategie des „soften" Feminismus über die Massenmedien fest. Die Sensibilisierung und schrittweise Schulung der Journalistinnen und Journalisten sei vielleicht ein langsamer, aber wirksamer Weg.

Elektronische Medien und lateinamerikanische Netzwerke

Neben dem Internet, das durch weitere Verträge mit Online-Nachrichtenportalen für die Verbreitung der Informationen genutzt werden soll, erhofft sich CIMAC-Chefin Lovera auch von der bevorstehenden Gesetzesreform der elektronischen Medien neue Möglichkeiten. Die privaten Rundfunkstationen, die neben den staatlichen existieren

und vor allem unter den beiden Medienkonzernen *Televisa* und *TV Azteca* aufgeteilt sind, müssen dem bisherigen Gesetz nach 12,5 Prozent ihrer Sendezeit an staatliche Programme abgegeben. Diese werden bisher de facto allein von der Bundesregierung genutzt. Sollte die Reform jedoch ein öffentlich-rechtliches Modell auf den Weg bringen, dann – so Lovera – könnte dies einen Schritt in Richtung einer demokratischeren Nutzung der elektronischen Massenmedien bedeuten – und damit auch Kanäle für weitere Ansatzpunkte zur Durchsetzung eines geschlechterdifferenzierten Massenjournalismus öffnen. Ab Juni dieses Jahres soll das Parlament verschiedene Gesetzesvorschläge diskutieren. Das Ergebnis ist ungewiss.

Auch in anderen Ländern Lateinamerikas will CIMAC die Kooperation forcieren. 1999 wurde das JournalistInnen-Netzwerk Mexiko, Zentralamerika und die Karibik – *La Red de Periodistas de México, Centroamérica y el Caribe* – gegründet. Kontakte bestehen zudem zu Journalistinnen unter anderen aus Ecuador, Chile, Argentinien, Uruguay und Brasilien.
Seit 1997 arbeiten auf dem südamerikanischen Kontinent Journalistinnen aus Argentinien, Chile, Uruguay und Paraguay zusammen. Ein Jahr später schlossen sich bolivianische und brasilianische Journalistinnen und Kommunikationswissenschaftlerinnen an, die eine strategische Zusammenarbeit vereinbart haben. Unter anderem: Gender-Workshops zur Sensibilisierung und Schulung von Journalistinnen – nach dem Vorbild der Mexikanerinnen von CIMAC.

Anmerkungen

1) *Im Rahmen eines Austauschprogramms der Kölner Carl-Duisberg-Gesellschaft kam ich nach Mexiko-Stadt, um bei CIMAC mein Volontariat zu machen. Aus den geplanten eineinhalb Jahren wurden insgesamt sechs intensive Berufsjahre – als freie Korrespondentin und vor allem CIMAC-Reporterin. Was mich an der Strategie der Mexikanerinnen, den Inhalten und Arbeitsweisen von CIMAC überzeugt hat, soll durch meinen Beitrag deutlich werden.*

2) *Als „Caudillos" werden seit dem 19. Jahrhundert – nach Ende der Kolonialherrschaften – in Lateinamerika die politischen Machthaber bezeichnet. „Caudillos" sind die politischen Führerfiguren autoritärer Demokratien, „Caudillismus" bezeichnet eine an einem „Leader" ausgerichtete, hierarchisch strukturierte Gesellschaftsform.*

3) *Die peruanische Feministin Ana María Portugal spricht von einem regelrechten Boom an feministischen Zeitschriften, Beilagen und Radioprogrammen – nicht nur in Mexiko, sondern auch in anderen lateinamerikanischen Ländern wie Argentinien, Brasilien, Kolumbien, Peru, Puerto Rico, die Dominikanische Republik, Venezuela und Uruguay (vgl. Portugal 2000).*

4) *Dies sind freilich nur einige wenige Beispiele von Frauen-Informations- und -Dokumentationszentren sowie feministischen Zeitschriften. Vgl. dazu die jeweiligen Websites:*
„Isis Internacional": http://www.isis.cl/; „Servicio de Noticias de Mujeres" („Fraueninformationsdienst"): http://www.sem.or.cr/; „Flora Tristán": http://www.flora.org.pe; „Fempress": http://www.fempress.cl; „Cotidiano Mujer": http://www.chasque.apc.org/cotidian/

5) *Auf die Kampagnen gehe ich weiter unten genauer ein.*

Literatur

PORTUGAL, Ana María: Reflejos de una historia (Spuren einer Geschichte), in: Tejedoras de la palabra (Wort-Strickerinnen), hrsg. von CIMAC, México 2000, S. 166-170

PERSPECTIVAS, Vierteljahreszeitschrift von Isis Internacional, Nr. 18, April-Juni 2000

SPIEGEL ALMANACH 2002. Die Welt in Zahlen, Daten, Analysen, Hamburg 2002

LAGUNES HUERTA, Lucía/ROBLES PEÑALOSA,Nina, Condiciones laborales de las integrantes de la Red Nacional de Periodistas (Arbeitsbedingungen der Netzwerk-Journalistinnen), in: Tejedoras de la palabra, (Wort-Strickerinnen), hrsg. von CIMAC, México 2000, S. 143-162

WHO MAKES THE NEWS?, Global Media Monitoring Project 2000, hrsg. v. Women's Association for Christian Communication (WACC), London 2000, www.wacc.org.uk

Autorinnen

ALEXANDRA BORRMANN, geb. 1971 in Köln, lebt in Mainz. Juristin von Beruf, zeichnet und malt sie seit ihrer Jugend. Kontakt: alexandra.borrmann@gmx.de

SCHAHRZAD FARROKHZAD, geb. 1971, Diplompädagogin; derzeitige Tätigkeit: wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl Interkulturelle Pädagogik der Universität Köln (Erziehungswissenschaftliche Fakultät); Arbeitsschwerpunkte: Ethnizität und Geschlecht, Migrantinnen in Bildung und Beruf, Migration und Medien.

UTA FENSKE, geb. 1967; Studium: Anglo-Amerikanische Geschichte, Japanologie, Mittlere und Neuere Geschichte. Tätigkeit: Arbeit an Promotion.

FRIDA HARTZ, geb. 1960 in Mexiko-Stadt. Studium der Fotografie an der Hochschule der Künste in Mexiko-Stadt. Mitgründerin der mexikanischen Tageszeitung La Jornada. Seit 2002 freie Fotografin. Schwerpunkte: Frauen in Mexiko, indianische Lebenswelten. Ausstellungen in Mexiko-Stadt, Turin, New York.

GUDRUN HENTGES, Dr. phil., Politikwissenschaftlerin, Studium in Marburg und Paris, wiss. Assistentin am Seminar für Sozialwissenschaften/Abteilung für Politikwissenschaft der Universität zu Köln; Veröffentlichungen u.a. zu Antisemitismus, alten und neuen Rechten, Medien, Globalisierung.

ELISABETH KLAUS, PD, Dr. phil. (USA), Kommunikationswissenschaftlerin. Studium der Mathematik und Sozialwissenschaften in Münster, Graduate Studies und Promotion am Department of Sociology der University of Notre Dame (IN, USA), Habilitation am Institut für Journalistik der Universität Dortmund. Seit 1996 Hochschullehrerin am Zentrum für interdisziplinäre Medienwissenschaft der Universität Göttingen. Gastprofessuren in Wien und Klagenfurt. Arbeitsschwerpunkte: kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung, Journalistik, Cultural Studies, Öffentlichkeitstheorien. Kontakt: eklaus@gwdg.de

LENA LAPS, geb. 1953, Sozialwissenschaftlerin, Mitarbeiterin in verschiedenen Frauen- und Lesbenprojekten, seit 1989 Redakteurin der Lesbenzeitschrift *Ihrsinn*, Vorträge und Workshops zur Geschichte der Lesbenbewegung, Geschlechter-, Sexualitäts-, Körpertheorien, Generationen, Analysen zu Lesbenpolitik.

JUTTA RÖSER, PD, Dr., ist Kommunikationswissenschaftlerin und Medienforscherin mit den Schwerpunkten Publikumsforschung, Gender Studies/Cultural Studies, Populäre Medien und Journalismus. Nach Gastprofessuren an den Universitäten Hamburg und Bochum vertritt sie zur Zeit eine Professur an der Universität Lüneburg. Kontakt: roeserj@aol.com

CHRISTINA SCHACHTNER, Dr., Sozialwissenschaftlerin, Professorin für Erziehungswissenschaft an der Philipps-Universität Marburg, Forschungsschwerpunkte: Medien- und Technikforschung, Genderforschung, Globalisierung und Netzwerkforschung, Leiterin des Modellprojekts 'Neue Medien in psychosozialen und pädagogischen Handlungsfeldern', Gastprofessuren an der Universität Wien für Genderforschung, an der University of Western Sydney für Medienpsychologie u.a., Forschungsaufenthalte an der University of California in Berkeley und San Francisco, zahlreiche Veröffentlichun-

gen zu den genannten Forschungsschwerpunkten, Kontakt: schachtn@mailer.uni-marburg.de, www.uni-marburg.de~schachtn

Sylvia Schieß er, M.A., studierte Politikwissenschaft, Soziologie und Neuere Deutsche Literaturwissenschaft an der HU und TU Berlin mit dem Schwerpunkt 'Gender Studies', z.Zt. ist sie Beauftragte für gleichstellungspolitische Fragen im Technologie Coaching Center (TCC), wo sie Rahmenbedingungen von Frauen im technologieorientierten Existenzgründungs- und Unternehmensbereich analysiert. Kontakt: sylviaschiesser@web.de

Britta Scholtys, geb. 1965 in Stuttgart. Studium der Italianistik, Publizistik, Germanistik in Berlin und Rom. Volontariat bei der Nachrichtenagentur CIMAC in Mexiko-Stadt, Reporterin bei CIMAC, bis Anfang 2001 freie Lateinamerika-Korrespondentin für deutschsprachige Print- und TV-Medien. Seit Mitte 2001 bei tagesschau.de. 2. Platz des mexikanischen Journalistinnen-Preises „Rosario Castellano" für die Reportage „Frauenhandel" („Tráfico de Mujeres").

Anne Schulz, Redakteurin mit Schwerpunkt Medienausbildung, lebt in Köln, Veröffentlichungen zu Medien, zuvor Tätigkeit als Dramaturgin für Theater- und Kabarettprojekte und in der Veranstaltungsorganisation, ehrenamtlich im Kuratorium des Fonds Soziokultur, Bonn.

Ina Schwabe ist 1964 geboren, Dipl. Ing. für Informationstechnik und hat 1990-1999 für die Elektronik-Fachzeitschrift Design & Elektronik als Redakteurin und Ressortleiterin gearbeitet. Seit Januar 2000 ist sie Herausgeberin und Mitgründerin des ersten deutsch-russischen Online-Magazins für Elektronik (www.channel-e). Es erscheint tagesaktuell mit täglichem E-Mail-Newsletter in beiden Sprachen. Die Betreuung ihres 4-jährigen Sohnes lässt sich mit der Online-Arbeit gut vereinbaren.