

Silvia Bittencourt

Das Bild Brasiliens in den deutschen Medien

Über Jahrzehnte verbreiteten die deutschen Medien über Brasilien vorwiegend Klischees und Nachrichten über Themen wie Armut und Gewalt, so dass das Brasilienbild in Deutschland negativ belastet war. Während auf der einen Seite die Brasilianer schon immer als ein “sympathisches” und “fröhliches” Volk angesehen wurden – Zuschreibungen, die aus klischeehaften Vorstellungen von Karneval und Fußball resultieren –, erschien Brasilien auf der anderen Seite als ein Land, das sich mit schwerwiegenden Problemen konfrontiert sieht: mit extremen sozialen Unterschieden, Gewalt und Korruption. Bis heute hat sich an der Unkenntnis der Deutschen über Brasilien nichts geändert; was die meisten Deutschen über Brasilien wissen, beschränkt sich weiterhin auf Klischees. Der Durchschnittsdeutsche weiß nicht, dass Brasilien ein beträchtliches Wirtschaftswachstum vorzuweisen hat und Investoren anzieht. Er hat keine Vorstellung von der Größe des Landes, von seinen großen Städten, von den traditionellen Beziehungen beider Länder im Bereich der wirtschaftlichen Zusammenarbeit. Kaum ein Deutscher weiß zum Beispiel, dass São Paulo mit seinen rund tausend deutschen Unternehmen als der weltweit größte deutsche Industriestandort gilt.

Dagegen gibt es in Deutschland unter den Intellektuellen eine beträchtliche Anzahl von “Brasilienexperten” oder *brasilianistas*: darunter Wirtschaftswissenschaftler oder auch Politiker und Unternehmer. Daneben sind viele Deutsche bei Nichtregierungsorganisationen (NGOs) tätig, die sich mit sozialen Projekten in Brasilien engagieren. All diesen Spezialisten stehen zahlreiche deutschsprachige Brasilien gewidmete Publikationen zur Verfügung. Viele dieser Publikationen werden von den über 40 NGOs veröffentlicht, die sich im Netzwerk “KoBra”¹ zusammengeschlossen haben; andere werden von Gewerkschaften, universitären Institutionen oder Regierungsstellen herausgegeben. Sie alle bringen regelmäßig gut recherchierte Berichte zu den verschiedensten Themenbereichen wie Menschenrechte, Umwelt, Kultur oder wirtschaftliche Zusammenarbeit.

1 <<http://www.kooperation-brasilien.org>>

Hier soll es aber um die Präsenz Brasiliens in den deutschen Medien gehen; das heißt, Publikationen, die sich an ein allgemeines, nicht spezifisch an Brasilien interessiertes Publikum wenden. Da es zu diesem Thema keine Untersuchungen gibt, geht die Darstellung von eigenen Recherchen und Beobachtungen der Autorin aus. Dabei wurden die großen Printmedien, vorrangig die Tageszeitungen ausgewertet, in denen sich die meisten Nachrichten und Analysen mit Bezug zu Brasilien finden.

1. Die deutschen Tageszeitungen

Die in Deutschland am meisten gelesene Tageszeitung ist die *Bild*-Zeitung, ein Sensationsblatt, das mehr als 11 Millionen Leser erreicht, in der Mehrzahl Arbeiter und kleine Angestellte (zum Vergleich: die zweitgrößte deutsche Tageszeitung, die *Süddeutsche Zeitung*, zählt etwas über eine Million Leser). *Bild* bringt vorrangig Klatsch, Tragödien und – insbesondere – Sportnachrichten (mehr als 25% der ca. 1.000 Redakteure sind Sportjournalisten). *Bild* arbeitet gern mit Klischees; so werden in Reportagen über den brasilianischen Fußball die Spieler nicht selten als “Samba-Kicker” bezeichnet, auch wenn Samba herzlich wenig mit Fußball zu tun hat. Von 100 in *Bild* veröffentlichten Nachrichten zu Brasilien betreffen ca. 80 den Sport, und hier handelt es sich zumeist um Fußball. Der Rest betrifft Klischees oder Kuriositäten, die von internationalen Nachrichtenagenturen geliefert werden. So “informierte” *Bild* im November 2008 die Leser über die neueste Bikini-Mode an der Copacabana unter dem Titel “(K)nackige Bademode in Brasilien”.

Der Rest der insgesamt ca. 47 Millionen deutschen Zeitungsläser liest andere überregionale Tageszeitungen oder eine der zahlreichen lokalen Zeitungen, die in der Stadt oder Region des Lesers erscheinen. Die meistgelesenen wöchentlichen Publikationen sind *Der Spiegel* und *Focus* mit jeweils ca. 6 Millionen Lesern sowie die Wochenzeitung *Die Zeit* mit etwas über 2 Millionen Lesern. Diese Zeitungen und Zeitschriften sind von seriöser Qualität, und in ihnen findet man Berichte zu Themen, die über die bekannten Klischees hinausgehen. Diese Publikationen greifen auf das von den internationalen Nachrichtenagenturen angebotene Material zurück, verfügen aber auch vielfach über eigene Korrespondenten. Zumindest in den großen und seriösen deutschen Zeitungen wird in letzter Zeit häufiger über Brasilien berichtet – allerdings nicht so sehr, weil sie dem Land mehr Raum geben wollen, sondern weil neue, über Klischees hinausweisende Themen aufgefunden sind. Um zu verstehen, wie die deutschen Me-

dien aktuell Brasilien “abdecken”, ist ein Vergleich zwischen der heutigen Situation und der Vergangenheit hilfreich.

2. Historischer Rückblick

In den 70er Jahren des vorigen Jahrhunderts lebte Brasilien wie andere lateinamerikanische Länder unter einer Diktatur (1964-1985). Sowohl in Deutschland als auch in anderen europäischen Ländern brachte die Presse häufig Nachrichten über die Militärregierungen, die Guerillabewegungen und die Gewalt in der Region. Der deutsche Journalist Wolf Grabendorff, einst Korrespondent in Argentinien, stellte viele Jahre später fest, dass es in den 70er Jahren so etwas wie eine “romantisierende” Sicht auf Lateinamerika gab (Wiegand 1996): eine Region im Aufruhr, politisch und wirtschaftlich instabil, in den Händen von Generälen und durch Aktionen der revolutionären Guerilla in ihren Grundfesten erschüttert. Daher rührte damals das Interesse der Öffentlichkeit an der Region. Ein damals speziell in Deutschland relevantes Thema war der Bau der Kernkraftwerke in Angra dos Reis, der durch ein Abkommen zwischen dem brasilianischen Präsidenten, General Ernesto Geisel (1908-1996), und der Regierung des sozialdemokratischen Bundeskanzlers Helmut Schmidt zustande kam – ein umstrittenes Abkommen und daher für die Medien von besonderem Interesse.

In den 80er Jahren wurde in Brasilien die Redemokratisierung eingeleitet. Ähnliches geschah in anderen Ländern Lateinamerikas mit der Folge, dass der Subkontinent für die ausländische Presse allgemein an Interesse verlor. Im Fall der deutschen Medien wuchs das Desinteresse noch durch die Wiedervereinigung. Man erinnere sich daran, dass die ersten direkten Präsidentschaftswahlen nach 20 Jahren Diktatur in Brasilien in demselben Monat stattfanden wie der Fall der Mauer in Berlin: am 9. November 1989 fiel die Mauer, am 15. November 1989 erfolgte in Brasilien der erste Wahlgang. Mit dem Fall der Mauer wandten sich die deutschen Medien ausschließlich den dadurch verursachten innerdeutschen Problemen und Osteuropa zu. Brasilien, damals in einer Phase der politischen Normalisierung begriffen, verschwand während der 90er Jahre fast vollständig aus den deutschen Tageszeitungen. Es gibt keine Untersuchungen darüber, wie häufig in dieser Zeit in den Printmedien über Brasilien berichtet oder Brasilien auch nur erwähnt wurde; aber anhand einiger damals erscheinener Berichte kann man eine Reihe von Themen auflisten, die Interesse weckten: Im Bereich der Wirtschaft waren es die exorbitante Inflation, die Auslandsverschuldung, die Armut und die soziale Ungleichheit; darüber hinaus die

Kriminalität und die Abholzung des amazonischen Regenwalds; schließlich die üblichen Stereotypen wie die Tropen, der Fußball und der Karneval – letzteres ein Thema, das mit dem der Gewalt verknüpft wurde.

Das Gesamtbild von Brasilien in der deutschen Presse war somit während der 90er Jahre von Klischees und dem Image des Landes “abträglichen” Erscheinungen geprägt. Eine Ausnahme bildete die brasilianische Kultur, die schon immer das Interesse vieler in Deutschland geweckt hatte und die in den deutschen Medien durchgehend präsent war. Dies galt besonders anlässlich der Frankfurter Buchmesse 1994, als die brasilianische Literatur Schwerpunkt war und damit das Land in den Mittelpunkt der medialen Aufmerksamkeit rückte. Ähnliches gilt für die brasilianische Musik, deren bekannteste Vertreter damals wie heute in Deutschland in ausverkauften Häusern auftreten.

3. Die aktuelle Situation

Wer sich aktuell eine stärkere Präsenz Brasiliens in den deutschen Medien wünscht, wird eher enttäuscht sein. Die durch die Wiedervereinigung entstandenen Probleme sind nicht mehr so gravierend wie vor einigen Jahren, aber andere Fragen beschäftigen gegenwärtig die Deutschen und werden von den Medien prioritär behandelt. Nach Meinungsumfragen sind dies vorrangig wirtschaftliche Probleme: nach einer Umfrage des Instituts *Infratest dimap* (2009) an erster Stelle die Arbeitslosigkeit, gefolgt von der Sorge um die Ersparnisse und die Zunahme der Lebenshaltungskosten. Als weiterer Faktor ist zu berücksichtigen, dass die deutschen Zeitungen seit Jahren in finanziellen Schwierigkeiten stecken. Die Zahl der Inserenten nimmt kontinuierlich ab, und viele Redaktionen wurden verkleinert. Unter solchen Umständen leisten sich nur wenige Medienkonzerne einen Korrespondenten allein für Brasilien. Fast alle großen deutschen Tageszeitungen verfügen über einen Lateinamerika-Korrespondenten, der gehalten ist, alle Länder der Region abzudecken. Nach einer von Kathrin Jungmanns und Thomas Hanitzsch 2006 publizierten Studie befindet sich die Mehrheit der deutschen Auslandskorrespondenten in Ländern der Europäischen Union (44,9%); es folgen der Nahe Osten und andere Konfliktregionen (18,2%), Asien (11,4%), Nordamerika (7,4%) und Afrika (6,3%). Lateinamerika erscheint mit weniger als 6% knapp vor den Ländern Osteuropas und Ozeaniens. Somit kann man feststellen, dass Lateinamerika für die deutschen Medien keinesfalls zu den Prioritäten zählt.

4. Neue Themen

Im Vergleich zur Situation in den 90er Jahren ist Brasilien in jüngerer Zeit in den deutschen Medien, insbesondere in den großen und seriösen Tageszeitungen, etwas stärker präsent. Der Grund liegt darin, dass man im Zusammenhang mit Brasilien andere Themen als die bis dahin üblichen in den Vordergrund rückt. Dazu gehörte auf politischer Ebene die 2002 erfolgte Wahl von Luiz Inácio “Lula” da Silva zum brasilianischen Staatsoberhaupt, dessen Politik – wie die anderer links orientierter Regierungen in Lateinamerika – in den Medien großes Interesse weckt. Beachtung finden auch das Wirtschaftswachstum Brasiliens sowie die Eindämmung der Inflation und der Auslandsverschuldung. So wurde anlässlich der Finanzkrise vom September 2008 Brasilien als eines der wichtigsten Schwellenländer über Wochen nahezu täglich in den deutschen Medien erwähnt. An prominenter Stelle wird Brasilien auch genannt, wenn es um Energiefragen geht, wobei das Land im Zusammenhang mit neuen Technologien zur Gewinnung von Biotreibstoffen als “Land der Zukunft” gilt. Schließlich ist auch die brasilianische Kultur weiterhin ein in den deutschen Printmedien häufig verhandeltes Thema: etwa während des Jahres 2008 die “Geburt” der Bossa Nova 50 Jahre zuvor oder der neuere brasilianische Film, vertreten durch Fernando Meirelles, Walter Salles und José Padilha, denen im Feuilleton vieler Zeitungen ausführliche Reportagen gewidmet wurden.

Doch wer sich um das Image Brasiliens im Ausland sorgt, wird feststellen, dass die “alten” Themen keineswegs aus der Presse verschwunden sind: die soziale Ungleichheit, die Gewalt auf den Straßen, die Brutalität der Polizei, die Korruption, die Menschenrechtsverletzungen. Ein weiteres Thema, das in Deutschland großes Interesse weckt, ist die Umweltproblematik. Wie eine 2007 von der Regierung in Auftrag gegebene Umfrage ergab, liegt 91% der Deutschen der Schutz der Umwelt am Herzen. So verwundert es nicht, wenn die deutschen Zeitungen an herausragender Stelle über die Zerstörung des amazonischen Regenwalds berichten.

5. Ausblick

Brasilien ist zwar in neuerer Zeit in den deutschen Medien mit neuen Themen präsent, doch wird der diesbezüglichen Berichterstattung weiterhin nur wenig Raum gewährt. Die alten Klischees bestehen weiterhin, die weit verbreitete Unkenntnis ist geblieben. Das in den Köpfen vorherrschende Bild ist das Brasilien des Sambas und des Karnevals – ein exotisches Land, das seine Wälder zerstört und seine Straßenkinder vernachlässigt. Der Unkenntnis entgegenzuwirken, ist

nicht einfach. Solange es in Brasilien Armut, soziale Ungleichheit und Gewalt gibt, werden diese Themen in den internationalen Medien vorherrschen. Schließlich ist es nicht nur eine Frage des Interesses auf Seiten der Leserschaft, sondern auch die Funktion der Presse, über solche Probleme zu berichten. Brasilien selbst kann sich aber auch jenseits seiner kulturellen Leistungen positiv in die deutschen Medien einbringen: etwa im Zusammenhang mit der Suche nach alternativen Energiequellen oder dem erfolgreichen Kampf gegen AIDS. Dies sind aktuelle internationale Themen, zu denen Brasilien einen wichtigen Beitrag leisten kann; und wenn dieser Beitrag angemessen gewürdigt wird, kann in der internationalen Presse auch ein positiveres Brasilienbild entstehen.

Literaturverzeichnis

- Infratest dimap (2009): "ARD-DeutschlandTREND Februar 2009". In: <<http://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/ard-deutschlandtrend/2009/februar/>> (30/04/ 2010).
- Junghanns, Kathrin / Hanitzsch, Thomas (2006): "Deutsche Auslandskorrespondenten im Profil". In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 54/3, S. 412-429.
- Wiegand, Wolf Achim (1996): "Europas Blick auf Lateinamerika ist provinziell und inaktuell geworden". In: *Die Zeit*, 25.10. <<http://www.zeit.de/1996/44/latein.txt.19961025.xml>> (30/04/2010).