



KoBra - Kooperation Brasilien e.V.  
Kronenstraße 16a, 79100 Freiburg i. Br./Deutschland  
Tel/Fone: (+49) (0)761/ 600 69-26  
info@kooperation-brasilien.org  
www.kooperation-brasilien.org

## **Runder Tisch Brasilien 2013 | Gewaltiges Brasilien und seine mediale Inszenierung**

### **Forum 1: „Alternative Medienlandschaft in Brasilien“**

Referenten: Leonardo Sakamoto (Réporter Brasil) und Fabian Kern (Radio Dreyeckland)

Moderation: Martin Gerdemann

Protokoll: Phyllis Bußler

Auf dem Runden Tisch Brasilien 2013 hatte das Forum „Alternative Medienlandschaft in Brasilien“ ein ganz besonderes Format: Denn während sich die anderen Foren vor allem auf theoretischer Ebene mit der Rolle der Medien in Brasilien befassten, kamen die 24 Teilnehmer\*innen dieses Forums in den Genuss, die Produktion eines deutsch-brasilianischen Video-Podcast live mitzuerleben und zu gestalten. Zunächst jedoch wurden, angeleitet von Leonardo Sakamoto und moderiert von Martin Gerdemann, die aktuelle brasilianische Medienlandschaft sowie die Bedeutung alternativer Kommunikationskanäle diskutiert: Diese ist noch immer geprägt von einigen wenigen mächtigen sowie finanzstarken Medienkonzernen, die in erster Linie die Interessen einer politischen und wirtschaftlichen Elite vertreten und die, aufgrund ihrer Allgegenwärtigkeit, die politischen Meinungen der Gesellschaft massiv beeinflussen. Es wurde festgestellt, dass, im Gegensatz z. B. zu Deutschland, wo Tageszeitungen unterschiedlicher politischer Couleur existieren, diese Diversität in Brasilien gänzlich fehlt.

Die Hauptherausforderung der alternativen Medien besteht derzeit darin, überhaupt einen Kommunikationskanal aufzubauen, sich gegen die eigene Kriminalisierung zur Wehr zu setzen und sich die Finanzierung zu sichern. Ein Beispiel sind die *rádios comunitários*, freie Radios, die vor allem den Bewohner\*innen der *comunidades* (Synonym für Favela, bevorzugte Bezeichnung der Bewohner\*innen) eine Stimme verleihen. In ihrem Dachverband, AMARC Brasil (*Associação Mundial de Rádios Comunitários*) haben sich insgesamt über 45 Radios zusammengeschlossen (30 Mitglieder, 15 Assoziierte sowie weitere freie Radios). AMARC Brasil beruft sich auf Artikel 19 der Allgemeinen Erklärung für Menschenrechte, in dem das Recht auf freie Meinungsäußerung festgeschrieben ist. Im Gegensatz zur allgemeinen Auffassung verstehen diese die Kommunikation als ein (Menschen-)Recht und weniger als ein Geschäft. Ein weiteres Beispiel für ein alternatives Medienformat ist das Nachrichtenportal *Pulsar Brasil*, das in ganz Lateinamerika existiert und die Gender- und Umweltfragen, Menschenrechte und soziale Bewegungen, indigene Bevölkerung und das Recht auf Stadt zum Thema haben. Gerade im Juni, Juli und August 2013 gaben sie den Protesten in den brasilianischen Städten sowie den vor Räumung Betroffenen eine Stimme. Neben dem Kampf gegen Kriminalisierung besteht ein großes Alltagsproblem in der Finanzierung bzw. in der Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells.

Mit der Produktion einer Live-Sendung von *mais um café*, einem Radioblog von Fabian Kern von Radio Dreyeckland aus Freiburg, einem der wenigen freien Radios in Deutschland, begann der zweite Forenblock. Zugeschaltet aus Rio de Janeiro wurden *Pulsar Brasil* und Nils Brock, der dort, ebenso wie Marten Henschel, der diesseits des Atlantiks die Aufgabe übernahm, alle Beiträge konsekutiv zu übersetzen. Die Medienlandschaft in Brasilien war auch Gesprächsthema der Sendung selbst: Intensiv wurden noch einmal die Unterschiede zwischen der Mediensituation von

Deutschland und von Brasilien diskutiert, ebenso wie die Frage, was eigentlich unter alternativen Medien zu verstehen sei. So besteht wohl der größte Unterschied zu den bekannten „Riesen“ darin, dass sie (finanziell) unabhängig sind und sich nicht von Unternehmen bzw. Werbung finanzieren lassen (wobei auch kleine kommerzielle Sendung als „alternativ“ gelten), dass sie marginalisierten Gruppen aus der Gesellschaft eine Stimme verleihen und sich für echte demokratische gesellschaftliche Teilhabe einsetzen und nicht, wie im Falle der großen Medienkonzerne, vor allem den Konsum propagieren. Letztendlich und obwohl ihr Anteil an der medialen Gesamtproduktion winzig ist, tragen sie so zu einem Verständnis von demokratischer Teilhabe und *cidadania* bei, das sich weniger über die Kaufkraft und den Konsum definiert, als über die echte politische Teilhabe und Gestaltung, welche sich nicht zuletzt in der freien Meinungsäußerung und einer tatsächliche medialen Vielfalt manifestiert.