

Alexander Gropper

Evangelikale und Medien in Brasilien. Der Fernsehsender Rede Record zwischen Proselytismus und Kommerz

2010

<https://doi.org/10.25969/mediarep/14535>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Gropper, Alexander: Evangelikale und Medien in Brasilien. Der Fernsehsender Rede Record zwischen Proselytismus und Kommerz. In: Stephanie Großmann, Peter Klimczak (Hg.): *Medien – Texte – Kontexte*. Marburg: Schüren 2010 (Film- und Fernsehwissenschaftliches Kolloquium 22), S. 56–68. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/14535>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Alexander Gropper

Evangelikale und Medien in Brasilien

Der Fernsehsender *Rede Record* zwischen Proselytismus und Kommerz

Zusammenfassung: Ziel dieses Beitrags ist, die Verstrickungen zwischen Medien und Religion in Brasilien herauszuarbeiten. Nach einem ersten Blick auf das religiöse Feld und die starke evangelikale Bewegung Brasiliens wird die heimische Medienlandschaft skizziert, um die Verknüpfung von Evangelikalen und Massenmedien einzuordnen. Protagonistin dieser oft aggressiven Marketingstrategien ist die größte der Neo-Pfingstkirchen, die *Igreja Universal do Reino de Deus*, die ab 1980 begann, religiöse Sendungen auszustrahlen. Mit dem Kauf eines eigenen Fernsehsenders, *Rede Record*, gelang dieser Kirche ein Aufstieg in die brasilianische Medienlandschaft. Die religiösen Programme enthalten letztlich die gleichen Grundelemente und Botschaften und sind Instrumente des Proselytismus.

»Jesus he knows me,
and he knows I'm right.
I've been talking to Jesus
all my life.«

(aus dem Lied »Jesus he knows me« von Genesis)

1. Einleitung

Großes Aufsehen erregte 1989 der Kauf des bis dahin unbedeutenden Fernsehsenders *Rede Record* durch Edir Macedo, den Gründer einer der aufstrebendsten Pfingstkirchen Brasiliens, der *Igreja Universal do Reino de Deus (IURD)*. Von da an ist die Entwicklung von *Record* eine nicht aufzuhaltende Erfolgsgeschichte. Heute finden sich der Sender und sein dahinter stehendes Imperium in Rankings der brasilianischen Medienlandschaft auf dem zweiten Platz bezüglich Umsatzzahlen, Einschaltquoten und der Anzahl an Sendestationen. Was die technische

Ausstattung und Geräte betrifft, wurde in den letzten Jahren so viel investiert, dass davon ausgegangen wird, dass *Record* zu den am besten ausgerüsteten Fernseh- und Radiosendern Brasiliens gehört.¹ Von Beginn der Sendetätigkeit im Dienst der evangelikalen *IURD* war es den Eigentümern wichtig, *Record* als kommerziellen Sender zu etablieren, religiöse Inhalte im Hintergrund zu halten und ihnen unpopuläre Sendezeiten zuzuordnen. Zur Kommerzialisierungsstrategie gehörten auch der Einkauf US-amerikanischer Erfolgsserien wie *CSI*, *DR. HOUSE* oder *MONK*, die Eigenproduktion von für das Überleben eines brasilianischen Fernsehsenders wichtigen *telenovelas* sowie der Erwerb von Übertragungsrechten wichtiger nationaler und internationaler Sportveranstaltungen.² Nichtsdestotrotz werden vor allem in den späten Abendstunden und früh morgens Sendungen mit stark religiösem Charakter übertragen. Neben praktischer Lebenshilfe werden unter anderem vor laufender Kamera Exorzismen mit dem Ziel durchgeführt, Interessierte in die Tempel der *IURD* zu locken.

Der vorliegende Beitrag widmet sich der Erfolgsgeschichte von *Rede Record*, seiner Programmstruktur und seinen Zuschauern. Nach einer kurzen Einführung und einer historischen Betrachtung des religiösen Phänomens der Pfingstbewegung Brasiliens wird die brasilianische Medienlandschaft skizziert. Hierbei wird ein historischer Überblick gegeben vom Beginn des Mediums Fernsehen im Jahr 1950 bis zu den Wechselbeziehungen der großen Medienimperien heute. In einem weiteren Kapitel wird das Verhältnis zwischen den Medien und der aus dem Protestantismus hervorgegangenen religiösen Gruppierungen der Pfingstbewegung dargestellt. Es ist unter anderem zu klären, inwieweit ein Fernsehsender, der in der Hand einer christlich-fundamentalistischen Religionsgemeinschaft ist, politischen und moralisch-ethischen Einfluss auf die Meinungsbildung der Bevölkerung nimmt oder ob die Sendungen lediglich zum Zweck der Mitgliederwerbung ausgestrahlt werden. Gerade in Brasilien, einem Land, in dem mehr Haushalte über einen Fernseher als über einen Kühlschrank oder Herd verfügen³

1 Vgl. Campos, Leonildo Silveira: *Teatro, templo e mercado. Organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis, São Paulo: Vozes/Simpósio Editora e Universidade Metodista de São Paulo²1999, S. 290.

2 Alle Angaben zur Programmstruktur beziehen sich, soweit nichts anderes angegeben, auf die Programmübersicht auf der Homepage von *Rede Record*: http://www.rederecord.com.br/portal/interna_grade.asp (10.09.2009).

3 Vgl. *IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*: »Tabela 1.7.1 Domicílios particulares permanentes, por Grandes Regiões, segundo o recebimento de dinheiro de programa social do governo, no mês de referência, e alguns bens duráveis existentes nos domicílios – 2006« (<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2006/suplementos/renda/tabelas/tab1071.pdf> [10.09.2009]).

und in dem Pfingstkirchen explosionsartig anwachsen, scheinen diese Fragen besonders virulent. Schließlich werden anhand des konkreten Beispiels der sowohl in Brasilien als auch im Ausland bekanntesten Pfingstkirche, der *Igreja Universal*, die allgemein gehaltenen Aussagen mittels des Fernsehsenders *Rede Record* konkretisiert.

2. Evangelikales Christentum in Brasilien: die Pfingstbewegung

Im medialen Windschatten des Islamismus wird in Europa eine zweite, nicht weniger dynamische Welle religiösen Enthusiasmus kaum wahrgenommen: die rasante Ausbreitung fundamentalistischer Strömungen des Christentums, vor allem in Ländern der so genannten ›Dritten Welt‹. Mit weltweit circa 300–400 Millionen Anhängern sind evangelikale und pentecostale (pfingstlerische) Glaubensgemeinschaften neben dem Islam die vitalsten und am schnellsten expandierenden Religionsbewegungen der Gegenwart.⁴ In Brasilien, das lange Zeit als das katholischste Land der Welt galt, ist dieses Phänomen besonders evident. Bis in die 1950er Jahre war allerdings der Katholizismus die bevorzugte Religion von über 90 Prozent der brasilianischen Bevölkerung.⁵ Auch nach der letzten Volkszählung im Jahr 2000 bekannten sich noch 73,6 Prozent zum Katholizismus.⁶ Die gelebte Realität, vor allem in den Metropolen Brasiliens, war und ist jedoch eine andere. Das heutige religiöse Feld ist durch seine immense Pluralität geprägt. So finden sich auf dem christlichen Zweig der Religionsgemeinschaften neben der römisch-katholischen Kirche auch protestantische Denominationen. Hier gilt es zu unterscheiden zwischen den so genannten ›historischen Protestantismen‹ wie den Lutheranern, Baptisten oder Methodisten, die ihre Wurzeln in der europäischen Immigration nach Brasilien im 19. Jahrhundert haben und den Pfingstkirchen. Bei den Pfingstkirchen, deren missionarischer Ursprung meist in den USA liegt, steht der Glaube in direktem Zusammenhang mit dem Erfahren der Gaben des Heiligen Geistes (Charismen), wie beispielsweise der Zungenrede. Dieses Phänomen ist in Brasilien allgegenwärtig und breitet sich vor allem in den urbanen Unterschichten rapide aus. Markantestes Merkmal sind ihre allerorts präsenten Tempel, die hauptsächlich in den *favelas*, den Elendsvierteln

4 Vgl. Hempelmann, Reinhard: »Evangelikalismus und Fundamentalismus. Zur Situation in Deutschland«. In: *zur Debatte* 5, 2007, H. 37, S. 6–8, hier S. 6.

5 Vgl. Prandi, Reginaldo: *Herdeiras do Axé. Sociologia das religiões afro-brasileiras*. São Paulo: Hucitec 1996, S. 11.

6 Vgl. IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística: »Tabela 137 – População residente por religião« (<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/listabl.asp?z=t&c=137> [10.09.2009]).

und Slums brasilianischer Großstädte, in wachsendem Maße entstehen. Auch an den exponierten Stellen der brasilianischen Metropolen prägen ihre prachtvollen Prunktempel mittlerweile das Stadtbild.

Auch die Mitgliederzahlen der *evangélicos*⁷, wie die Anhänger der brasilianischen Pfingstbewegung genannt werden, sprechen für sich. Allein in Brasilien, so schätzen Soziologen, schließen sich jedes Jahr weit über zwei Millionen Menschen einer Pfingstkirche an. Im Jahr 2000 betrug der Anteil bereits rund 15 Prozent der Bevölkerung – nahezu drei Mal so viel wie 1980.⁸ Dieses außergewöhnliche Wachstum der Pfingstbewegung in den letzten Jahrzehnten stellt ein wichtiges Merkmal der Entwicklung des religiösen Feldes in Brasilien dar.

Die Geschichte der brasilianischen Pfingstbewegung begann mit dem Vordringen der bedeutendsten Gruppen des historischen Protestantismus aufgrund der massiven Immigration nach Brasilien im 19. Jahrhundert. Schritt für Schritt etablierten sich die wichtigsten protestantischen Glaubensgemeinschaften. In ihrer historischen Abfolge waren es vor allem Lutheraner, Methodisten, Kongregationalisten, Presbyterianer und Baptisten, die das brasilianische religiöse Feld dieser Zeit prägten.⁹ Die Pfingstler sind die letzte Gruppe, die sich etablierte. Ihren missionarischen Ursprung haben diese Gemeinden zu einem Großteil im Ausland. So gründete der US-Amerikaner Louis Francescon 1910 in São Paulo die erste Pfingstkirche Brasiliens, die *Congregação Cristã*, und die Schweden Daniel Berg und Gunnar Vingren bereits ein Jahr später die *Assembléia de Deus* in Belém, im nördlichen Bundesstaat Pará.¹⁰

Möchte man den Versuch einer Typologie wagen, kann bei diesen Pfingstkirchen vom ›klassischen Pentecostalismus‹ gesprochen werden. Es handelt sich hierbei um eine Pfingstbewegung, die vollständig aus den USA importiert wurde. Die wichtigste Eigenschaft dieser Bewegung liegt in ihrer Spiritualität, die auf ekstatischen Erfahrungen wie der Geisttaufe und dem Zungenreden, der sogenannten Glossolie, beruht. In sozialer Hinsicht ist dieser Zweig der Pfingstbewegung durch moralische Strenge gekennzeichnet sowie durch einen rigiden Verhal-

7 *Evangélico* ist die umgangssprachliche Bezeichnung und verweist weder auf die Zugehörigkeit zu einer rein evangelikalen Glaubensgemeinschaft, noch kann sie mit »evangelisch« im Sinne einer historisch-protestantischen Gruppe übersetzt werden, sondern beinhaltet im brasilianischen Kontext durchaus auch die Mitgliedschaft in pentecostalen, das heißt pfingstlerischen Gruppen.

8 Vgl. Prandi, Reginaldo: *Segredos guardados. Orixás na alma brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras 2005, S. 220.

9 Vgl. Schuler, Roberto José: *Pfingstbewegung in Brasilien. Sozio-politische Implikationen der neuen Pluralität*. São Leopoldo: Sinodal 2004, S. 31.

10 Vgl. Rolim, Francisco Cartaxo: *Pentecostais no Brasil. Uma Interpretação Sócio-Religiosa*. Petrópolis: Vozes 1985, S. 40.

tenskodex, in dem das Individuum in seiner Bedeutung stark zurücktritt.¹¹ Ein Katalog elaborierter Verhaltensvorschriften sorgt für starke affektive Bindungen und regelt unter anderem Kleidungsstil, Konsum, zwischengeschlechtliche Beziehungen und potentielle Sanktionen.¹² Innerhalb des ›klassischen Pentecostalismus‹ gibt es sogar Gruppen, wie die bereits erwähnte *Congregação Cristã*, die ihren Gläubigen den Besitz eines Fernsehgeräts oder das Fernsehen an sich verbietet, was in Kontrast zu jüngeren Gruppierungen steht.¹³

Hiervon abzugrenzen ist der so genannte ›Neo-Pentecostalismus‹, der sich ab den 1950er Jahren in Brasilien etablierte und als Weiterentwicklung der klassischen Pfingstbewegung zu werten ist. Die Hauptmerkmale dieser Neo-Pfingstbewegung bestehen in einer aggressiveren Anwendung des Evangeliums, in einer ausgeprägten Wertschätzung des finanziellen Wohlstandes, was als *teologia da prosperidade*, als ›Wohlstandstheologie‹, bezeichnet wird und der relativen Flexibilität hinsichtlich der Bräuche und der moralischen Strenge.¹⁴

Die Begriffsklärung und Typologisierung bleiben kontrovers und in der Literatur uneinheitlich. Auch der Begriff ›Neo-Pentecostalismus‹ bleibt ungenau, da sich hinter dieser Denomination keine homogene Gruppe verbirgt. Vor allem die neo-pfingstlerische *Igreja Universal do Reino de Deus (IURD)*, auf die hier näher eingegangen wird, stellt einen Sonderfall dar. Sie wurde 1977 von Edir Macedo in Rio de Janeiro gegründet. »Von diesem Zeitpunkt an ist die Geschichte der *IURD* eine Geschichte ihrer Ausbreitung [...]. Das schwindelerregende Ansteigen ihrer Mitgliederzahlen kam nicht zum Stillstand.«¹⁵

Wahrscheinlich ist die *IURD* die bekannteste und größte unter den Neo-Pfingstkirchen. Charakteristisch sind ihre kompetente Verwaltung und ihr rasantes Wachstum sowohl in Brasilien als auch im Ausland.¹⁶ Anders als die

11 Vgl. Schuler: *Pfingstbewegung*, S. 80.

12 So nehmen Frauen und Männer am gleichen Gottesdienst teil, dies jedoch oft in getrennten Flügeln. Frauen dürfen weiterhin keine Hosen tragen oder *Make-up* benutzen. Ferner ist es diesen Pfingstlern untersagt, ins Kino oder Theater zu gehen oder Musik zu hören, die nicht »evangelikal« ist (vgl. Schuler: *Pfingstbewegung*, S. 80).

13 Vgl. Campos: *Teatro*, S. 267.

14 Vgl. Mariz, Cecília Loreto: »Católicos da Libertação, Católicos Renovados e Neopentecostais«. In: Jeter Pereira Ramalho et al. (Hg.): *Pentecostalismo, Renovação Carismática Católica e Comunidades Eclesiais de Base. Uma análise comparada*. Rio de Janeiro: CERIS 2001, S. 17–42, hier S. 33.

15 Schuler: *Pfingstbewegung*, S. 65.

16 Die *IURD* unterhält nach eigenen Angaben Filialen in mehr als 30 Ländern weltweit, in Deutschland beispielsweise in Berlin, München, Stuttgart, Hamburg, Köln, Frankfurt a. M., Würzburg, Nürnberg, Freiburg, Dresden und Mannheim. Siehe hierzu auch die Homepage der *IURD*: <http://www.igrejauniversal.org.br/> oder für Deutschland: <http://www.hilfszentrum.de/> (13.09.2009).

pentecostalen Kirchen hat die *IURD* einen aggressiven Stil, in deren Mittelpunkt die physische Heilung, die öffentliche Teufelsaustreibung und die Geldeintreibung, das sogenannte Abgeben des Zehnten, stehen.¹⁷

Besonders auffällig bei der *IURD* ist ihre starke Medienpräsenz. Im Vergleich zu einigen klassisch pentecostalen Gruppen, die ihren Mitgliedern das Fernsehen aufgrund seines diabolischen Einflusses strengstens untersagen, weist sich die Neo-Pfingstkirche um ihren Gründer Edir Macedo als Kommunikations- und Mediengigant aus. Vor allem der Kauf des bis dahin unbedeutenden Fernsehsenders *Rede Record* im Jahr 1989, den Macedo für 45 Millionen US-Dollar erwarb, erhitzte die Gemüter. Die Polemik war groß und es kam in der öffentlichen Debatte in Brasilien die Frage auf, inwieweit ein Fernsehsender, der in Hand einer fundamentalistischen Religionsgemeinschaft ist, politischen und moralisch-ethischen Einfluss auf die Meinungsbildung hat. Auch die Legitimität des Erwerbs an sich, für den Gelder flossen, die aus Spenden und Abgaben der Gläubigen stammten, wurde infrage gestellt. Mit dem Kauf von *Rede Record* begann der Aufbau eines Imperiums, das sich innerhalb kürzester Zeit an die Spitze der brasilianischen Medienlandschaft katapultierte: Heute steht *Record* sowohl bei den Einschaltquoten als auch beim Umsatz an der zweiten Stelle im Ranking brasilianischer Medienunternehmen.¹⁸

3. Die brasilianische Medienlandschaft

Acht Länder der Welt konzentrieren circa 75 Prozent aller Fernsehzuschauer. Brasilien ist eines davon neben den USA, Großbritannien, Kanada, Japan, Australien, Deutschland und Frankreich. Im brasilienweiten Schnitt kommt auf fünf Bürger ein Fernsehgerät. Damit steht Brasilien mit seinen circa 184 Millionen Einwohnern auf Platz vier im Weltranking hinter China, USA und Japan.¹⁹ Das oft als polemisches Beispiel angeführte Argument, in Brasilien gäbe es mehr Fernseher als Kühlschränke, hat seine empirische Grundlage im brasilianischen Statistik-

17 Vgl. Mariz: *Católicos e Neopentecostais*, S. 34.

18 Vgl. Castro, Daniel: »Dizimo da Universal leca Record à vice-liderança«. In: *FolhaOnline* 04.06.2006 (<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u61067.shtml> [13.09.2009]).

19 Vgl. Fonseca, Alexandre Brasil: *Evangélicos e mídia no Brasil*. Bragança Paulista, Curitiba: EDUSF/IFAN 2003, S. 11.

amt.²⁰ Um die Verknüpfung von Medien und Pfingstbewegung in Brasilien besser zu verstehen, wird zunächst ein Überblick über die brasilianische Fernsehgeschichte gegeben.²¹

»Die Anfänge des brasilianischen Massenmediensystems gehen zurück auf den Zeitraum zwischen 1920 und 1940, obwohl sich die brasilianische Kulturindustrie erst im Verlauf der 60er Jahre allgemein zu konsolidieren vermochte.«²² Als Pionierleistung der Massenkommunikationsmedien gilt die Einführung des Rundfunks und der Radiogeräte in Brasilien im Jahr 1922. Der Empfang der Rundfunkwellen an heimischen Radiogeräten war in der ersten Phase der 1920er Jahre an die Zahlung einer Abgabe gebunden und auf einen intellektuellen und nicht-kommerziell charakterisierten Hörerkreis beschränkt. Erst im darauf folgenden Jahrzehnt wurde das Radio auch für die breite Bevölkerung interessant und erschwinglich. Im Jahr 1932 erlaubte die Regierung den Stationen, 10 Prozent ihrer täglichen Sendezeit für Werbeblöcke freizuhalten. Zu dieser Zeit gab es elf Sender in Brasilien. Mit Einführung der Werbung und den damit zusammenhängenden Mehreinnahmen konnten sich die Sender auf die Ausdifferenzierung ihrer Programmstruktur konzentrieren und erzielten vor allem mit den sogenannten *radionovelas* große Erfolge. Zu Beginn der 1940er Jahre stieg die Zahl der Radiosender auf über 100 an. Auch die ersten religiösen Programme gingen in dieser Zeit über den Äther.²³

Das Fernsehen erreichte Brasilien im Jahr 1950 mit den Ausstrahlungen des ersten Senders Südamerikas, dem Kanal *PRF-3 TV Tupi* aus São Paulo.²⁴ Die ersten Jahre des brasilianischen Fernsehens waren geprägt durch enorme Schwierigkeiten. Ähnlich dem Radio, etablierte sich das Fernsehen erst aufgrund der Entwicklung der Werbeindustrie und dem Potential, das diese im Massenmedium Fernsehen entdeckte. Vor allem in den Jahrzehnten zwischen 1960 und 1970

20 Siehe Fußnote 3.

21 Die Ausführungen beruhen hauptsächlich auf Lima, Venício: *Mídia. Teoria e política*. São Paulo: Persu Abramo 2001, S. 141–173.

22 Oro, Ari Pedro: »Christliche Religionen und Massenmedien in Brasilien«. In: *Communicatio Socialis. Internationale Zeitschrift für Kommunikation in Religion, Kirche und Gesellschaft* 27, 1994, H. 4, S. 339–353, hier S. 341.

23 Für eine detaillierte Darstellung der Radiogeschichte Brasiliens sei der interessierte Leser verwiesen auf: Ortiz, Renato: *A moderna tradição brasileira. Cultura brasileira e indústria cultural*. Rio de Janeiro: Brasiliense 1987 und Lima: *Mídia*, S. 141–173.

24 Nach den USA, England und Frankreich war *PRF-3 TV Tupi* somit die vierte Fernsehanstalt weltweit. Der Start der Ausstrahlungen musste jedoch um einen Monat verschoben werden, da festgestellt wurde, dass es noch keine Fernsehgeräte in Brasilien gab. *TV Tupi* startete im September 1952 auf circa 200 Apparaten, die an Persönlichkeiten verteilt wurden und medienwirksam auf öffentlichen Plätzen oder in Schaufenstern in São Paulo aufgestellt wurden (vgl. Fonseca: *Evangélicos e mídia*, S. 48 f.).

erfuhr das Fernsehen einen immensen Aufschwung, der sich auch in den Werbeausgaben der Unternehmen für dieses Medium spiegelt: Wurde der Großteil des Werbebudgets 1962 in Printmedien investiert, änderte sich die Relation 1982 maßgeblich.²⁵ War das Fernsehen bis 1959 lediglich eine technische Errungenschaft für die Oberschicht, da Empfangsapparate bis zu diesem Zeitpunkt kostspielig importiert werden mussten, nutzte die Militärregierung²⁶ das Fernsehen ab Mitte der 1960er Jahre für propagandistische Zwecke. Der Telekommunikationssektor wurde unter General Castelo Branco zielstrebig und mit großem finanziellem Aufwand ausgebaut.²⁷ Zum durchschlagenden publikumswirksamen Erfolg brachte es die von Brasilien gewonnene Fußball-Weltmeisterschaft 1970.

Heute sind es sieben Sender, die landesweit empfangen werden können.²⁸ *Rede Globo* ist der umsatzstärkste und bedeutendste Fernsehsender Brasiliens und steht weltweit beim Vergleich der Umsatzzahlen auf Platz vier hinter den großen US-amerikanischen Sendern *NBC*, *ABC* und *CBS*. *Globo* belegt auch heute noch Platz eins bei Umsatz und Einschaltquoten, musste aber seine Monopolstellung zugunsten von *SBT*, *Record* und weiteren neuen Angeboten des Fernsehmarkts, wie beispielsweise Kabelfernsehen, *Pay-TV* oder Internetfernsehen, aufgeben.²⁹ Vor allem die starke Konkurrenz durch *Rede Record* ist für die weitere Analyse von fundamentaler Bedeutung. Neben den nationalen Sendern gibt es eine große Anzahl überregionaler, regionaler und städtischer Fernsehstationen sowie weitere Übertragungskanäle und private Sender.

25 So entfielen 1962 27,1 Prozent auf Zeitschriften und nur 24,7 Prozent auf das Medium Fernsehen. 1982 stiegen die Fernsehausgaben bereits auf 61,2 Prozent (vgl. ebd., S. 50).

26 Brasilien war seit dem Staatsstreich 1964 bis 1985 eine Militärdiktatur.

27 Dies wird unter anderem durch die Gründung eines staatseigenen Unternehmens deutlich, das die Modernisierung und den Aufbau des Telekommunikationssektors förderte. Des Weiteren trat Brasilien 1965 dem internationalen Satellitensystem *INTELSAT* bei, gründete 1967 ein eigenständiges Kommunikationsministerium und begann mit dem Aufbau eines landesweiten Mikrowellensystems, das 1968 eröffnet wurde (vgl. Ortiz: *A moderna tradição*, S. 117 f.).

28 Der Vollständigkeit halber seien diese hier genannt: *Rede Globo*, *Sistema Brasileiro de Televisão SBT*, *Rede Record*, *Rede Bandeirantes*, *Companhia Nacional de Televisão CNT*, *Rede Pública de Televisão*, *Rede TV*.

29 Wie eine Studie aus dem Jahr 2001 ergab, verringerten sich die Einschaltquoten von *Globo* auch aufgrund einer nationalen Energiesparkampagne. Viele Fernsehgeräte, so das Ergebnis der Studie, liefen in brasilianischen Haushalten vor der Kampagne ohne dass jemand aktiv fernsah, die Einschaltquoten wurden jedoch trotzdem gewertet (vgl. Fonseca: *Evangélicos e mídia*, S. 53).

4. Medien und Pfingstbewegung

In den ersten Jahren des Rundfunks in Brasilien hatten Ausstrahlungen von Pfingstkirchen keinen signifikanten Stellenwert. Bis in die 1950er Jahre kauften sie teilweise nur wenige Sendeminuten, die meist in den Nachtstunden lagen, um ihre Botschaften zu verkünden. Ende der 1960er Jahre waren allerdings bereits über die Hälfte der Radioprogramme in der Hand von Pfingstkirchen. »Neben diesen traditionellen Pfingstkirchen sind es aber vor allem die einheimischen [...] neo-pentekostalistischen Denominationen, die heute mit Nachdruck in den Radio- und Fernsehbereich drängen.«³⁰ Hier ist besonders die *Igreja Universal do Reino de Deus* zu nennen, auf deren Fernsehsender im nächsten Kapitel näher eingegangen wird.

Die ersten Versuche, das Massenmedium Fernsehen für ihre Zwecke in Anspruch zu nehmen, beliefen sich auf Übertragungen von Gottesdiensten aus den jeweiligen Tempeln.³¹ Die Präsenz protestantischer und pentecostaler Gruppen war während der ersten 35 Jahre des brasilianischen Fernsehens eher sporadisch. Presbyterianer und Baptisten waren die ersten protestantischen Gruppen, die im brasilianischen Fernsehen Programme präsentierten.³² Erst zu Beginn der 1980er Jahre entwickelte sich ein Phänomen, das aus den USA importiert wurde und für das Hugo Assmann den Begriff der »elektronischen Kirche«³³ prägte. Es kamen vermehrt US-amerikanische Fernsehprediger, so genannte ›Televangelisten‹, nach Brasilien und verkündeten ihre Botschaft vor laufender Kamera. Dies sind die Ursprünge pfingstlerischer Fernsehprogramme, sie hatten jedoch nicht den Erfolg, den sie in den USA oder in Mittelamerika genossen.³⁴ Aber genau dieses Umfeld ebnete der Medienpräsenz der Pfingstkirchen in Brasilien den Weg.³⁵

Erst mit dem Aufkommen des Neo-Pentecostalismus und der 1977 gegründeten *Igreja Universal do Reino de Deus* änderte sich das Panorama der Medienlandschaft. Waren die Medien bis 1989 unter der Kontrolle säkularer Unternehmen,

30 Oro: »Christliche Religionen«, S. 350.

31 Vgl. Campos: *Teatro*, S. 282.

32 Vgl. Campos, Leonildo Silveira: »Evangélicos e Mídia no Brasil – Uma História de Acertos e Desacertos«. In: *Revista de Estudos da Religião* 8, 2008, S. 1–26, hier S. 10.

33 Assmann, Hugo: *La Iglesia Electrónica y su impacto en América Latina*. San José: DEI²1988, S. 19.

34 Vgl. Fonseca: *Evangélicos e mídia*, S. 61 und Smith, Dennis A. und Leonildo Silveira Campos: »Christianity and Television in Guatemala and Brazil: The Pentecostal Experience«. In: *Studies in World Christianity* 11, 2005, S. 49–64, hier S. 56 f.

35 Siehe hierzu ausführlich: Patriota, Karla Regina Macena Pereira: »Mídia e Entretenimento: Em Busca da Religiosa Audiência«. In: *Revista de Estudos da Religião* 8, 2008, S. 69–88.

die an Pastoren, Prediger und Pfingstkirchen Sendezeiten verkaufte, nahm das religiöse Fernsehen mit dem Kauf des Fernsehsenders *Rede Record* durch den Gründer der *Igreja Universal*, Edir Macedo, neue Dimensionen an.

Heutzutage dienen viele brasilianische Fernsehgeräte, vor allem in den frühen Morgenstunden und spät abends dafür, dass Millionen von Brasilianern den Predigten und Lobgesängen der Pastoren zuhören oder sich von Lebensgeschichten und Exorzismen überzeugen lassen, die jeweilige Pfingstkirche aufzusuchen und zu konvertieren. Circa ein Zehntel dessen, was wöchentlich über brasilianische Fernsehstationen ausgestrahlt wird, ist von evangelikalen Religionsgemeinschaften produziert.³⁶ Es ist nicht verwunderlich, dass die Mehrheit der klassischen und neo-pentecostalen Gruppierungen entweder mit Radio- oder Fernsehprogrammen aufgestellt oder selbst Inhaber von Sendern ist. So besitzt die größte der klassischen Pfingstkirchen, die *Assembléia de Deus*, zwar keine eigenen Sender, strahlt jedoch täglich mehrere tausend religiöse Programme über private Radiostationen aus und verbreitet in den meisten brasilianischen Bundesstaaten über private Fernsehkanäle ein wöchentliches religiöses Fernsehprogramm.³⁷ Viele Gründungen heute etablierter und mitgliederstarker Pfingstkirchen gehen sogar auf ausgestrahlte Radio- bzw. Fernsehsendungen zurück.³⁸ Nichtsdestotrotz gibt es auch heute noch eine große pentecostale Denomination, die resistent gegenüber allen Arten der Massenkommunikation zu sein scheint, die *Congregação Cristã*, aus deren Sicht Radio, Fernsehen und sonstige Massenmedien als Werk des Teufels strikt abzulehnen sind.³⁹ Die folgende Tabelle gibt lediglich einen ersten Überblick über die Ausmaße pfingstlicher Medientätigkeit, wobei sie keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit erhebt.

36 Vgl. Fonseca: *Evangélicos e mídia*, S. 13.

37 Vgl. Oro: »Christliche Religionen«, S. 350.

38 So zum Beispiel die Pfingstkirchen *O Brasil para Cristo*, *Deus é Amor* und *Nova Vida*, die alle aus der Initiative von Radioprogrammen entstanden sind (vgl. Campos: »Evangélicos e mídia«, S. 11).

39 Vgl. ebd.

Sender	Institution	Gründungsjahr
Rede Record	Igreja Universal do Reino de Deus (IURD)	1953
Rede Família	IURD	1998
Record News	IURD	2007
Rede Internacional de Televisão RIT	Igreja Internacional da Graça de Deus	1999
Rede Boas Novas	Assembléia de Deus	1993
Rede Gospel	Igreja Renascer	1996
Rede Gênese de TV	Igreja Sara Nossa Terra	1997
Rede Super de Televisão	Igreja Batista de Lagoinha	2002

Tab. 1: Fernsehsender in Hand von Pfingst- und Neo-Pfingstkirchen

5. Der Fernsehsender der Igreja Universal: Rede Record

Die weitere Ausbreitung der größten brasilianischen Neo-Pfingstkirche, der *Igreja Universal do Reino de Deus (IURD)*, durch Massenkommunikationsmedien scheint eine zentrale Zielsetzung ihres Gründers und Eigentümers, Edir Macedo, zu sein. Neben der Eröffnung von Gottesdiensthäusern in den großen Metropolen des Landes verfolgte Macedo von Anfang an das strategische Ziel, die *IURD* aus der Masse der unzähligen Kirchen durch den Einsatz von Massenmedien hervorzuheben und bekannt zu machen. Bereits in ihrem Gründungsjahr 1977 unterhielt die *IURD* ein Radioprogramm unter dem Namen *O Despertar da Fé*, das täglich von Macedo persönlich präsentiert wurde. Ein weiterer wichtiger Schritt wurde im Jahr 1984 gemacht, als der Radiosender *Copacabana* in Rio de Janeiro erworben und für die religiösen Programme der *IURD* permanent eingesetzt wurde. Dieser Erwerb war der Anfang des Aufbaus eines beachtlichen Netzes mit Dutzenden von Radio- und Fernsehsendern, das heute im Besitz der *IURD* steht.⁴⁰ Ab 1987 war eine intensive Anstrengung nicht nur bei der Einsetzung, sondern auch beim Erwerb eigener Sender zu beobachten. Diese Anstrengungen führten dazu, dass sich bereits Ende der 1980er Jahre zwölf regionale Radiosen-

40 Vgl. Campos: *Teatro*, S. 274. Es muss darauf hingewiesen werden, dass die Radio- und Fernsehsender lediglich *de facto* in Hand der *IURD* sind, *de jure* allerdings vermeintlich unabhängigen Personen gehören. Dies wird dem Umstand geschuldet, dass die brasilianische Verfassung Kirchen und anderen religiösen Gemeinschaften den Besitz von gewinnbringenden Unternehmen untersagt. Um dies zu umgehen, werden die Sender, die die religiösen Programme der *IURD* ausstrahlen und zum großen Teil durch Spendengelder erworben wurden, auf den Namen hochrangiger Funktionäre aus dem Leitungskreis der *IURD* eingetragen (vgl. Schmidt, João Carlos: *Wohlstand, Gesundheit und Glück im Reich Gottes. Eine Studie zur Deutung der brasilianischen neupfingstlerischen Kirche Igreja Universal do Reino de Deus*. Berlin: Lit Verlag 2007, S. 12).

der im Besitz der *IURD* befanden. Der Höhepunkt dieser Anstrengungen wurde im Jahr 1989 erreicht, als Edir Macedo nach monatelangen Verhandlungen für 45 Millionen US-Dollar den Sender *Rede Record* für die *IURD* kaufte. Aufgrund einer fachmännischen und kommerziellen Unternehmensführung konnte das hoch verschuldete Fernsehunternehmen in den folgenden Jahren saniert werden und in die schwarzen Zahlen kommen, sodass es zu einem starken Konkurrenten auf dem brasilianischen Markt der Massenkommunikationsmedien und zugleich zu einem effizienten und einflussreichen Evangelisationsmedium der *IURD* wurde.⁴¹

Was die Einschaltquoten betrifft, so steht *Record* inzwischen bereits auf Platz zwei im Ranking der landesweiten Fernsehsender Brasiliens.⁴² Dies liegt sicherlich an der kommerziellen Programmstruktur des Senders. Vor allem in den Abendstunden oder früh morgens strahlt *Record* Sendungen stark religiösen Charakters aus. So stechen hier vor allem die Programme *O DESPERTAR DA FÉ*, *PALAVRA DE VIDA* und *O SANTO CULTO NO SEU LAR* hervor, die ausschließlich pfingstlerisch-religiöse Inhalte haben. Ein weiteres Programm, *25^a HORA*, gibt sich zwar den Anschein eines nicht-religiösen Programms, die Themenauswahl und die Auswahl der geladenen Gäste der Diskussionen werden jedoch regelmäßig in Richtung der *IURD* gelenkt.

Vor allem das Programm *FALA QUE EU TE ESCUTO*⁴³, ist die Sendung mit religiösem Inhalt, die am meisten Zuschauer auf sich zieht. Es handelt sich hierbei um eine Sendung, die täglich unter einem bestimmten, meist polemisch gewählten Motto steht.⁴⁴ Menschen aller Altersklassen werden ermutigt, im Studio anzurufen und mit dem Moderator, einem Bischof der *IURD*, über das jeweilige Thema zu sprechen. Bereits im Vorspann wird die Themensetzung klar: Gewalt und Sexualität sind die Achsen, um die sich die Mottonächte drehen. Das Programm läuft wochentags um 1 Uhr. Mit Spitzen von bis zu 7 Prozent an Einschaltquoten avancierte *FALA QUE EU TE ESCUTO* vor allem auch im nicht-evangelikalen Bereich von Mitgliedern besser gestellter sozialer Schichten zu einer Sendung mit

41 Vgl. Campos: *Teatro*, S. 187.

42 Vgl. Castro: »Dizimo« (14.09.2009).

43 Dt.: Sprich, ich höre dir zu.

44 Eine Auswahl an Themen, wie beispielsweise »Hochzeit und Scheidung«, »Eltern, die ihre Kinder verlassen«, »Wunderdiäten«, »Migration« etc. findet sich auf der Homepage der Sendung: <http://www.arcauniversal.com.br/falaqueeuteescuto/principal.jsp> (30.11.2009).

Kultcharakter. Der Wunsch nach einer reality show wird durch das Nachstellen von Szenen, die aus dem Leben gegriffen scheinen, gewährleistet und ist Teil des Erfolgsrezepts der Sendung.⁴⁵

Im Gegensatz zu den Strategien der ›Televangelisten‹ setzt die *IURD* mit *Rede Record* lediglich darauf, in Krisen geratene Menschen in ihre Tempel zu locken. Die Struktur und der Ablauf sind immer gleich. Zunächst wird eine Krisensituation gezeigt, die durch einen gemeinsamen Feind ausgelöst wurde. Fällt die Entscheidung dafür, Jesus Christus in der *IURD* anzunehmen, wird man von Problemen nicht nur befreit, sondern die Lebenssituation verbessert sich erheblich. Diese Strukturen zeigen den starken Proselyten-Charakter dieser Art Fernsehensendung. Es geht lediglich darum, eine möglichst große Anzahl von Menschen in die Tempel der *IURD* zu locken. Dies läuft über alltägliche Themen und erfreut sich bei den Zuschauern großer Beliebtheit. Alle Diskurse in den Programmen von *Rede Record* mit religiösem Charakter suggerieren, dass ein besseres Leben möglich sei, wenn man sich nur innerhalb dieser Neo-Pfingstkirche zu Jesus Christus bekenne. Umfragen haben ergeben, dass der größte Teil der Neugierigen aufgrund einer momentanen Krisensituation zur *IURD* kommt – 43 Prozent sind über das Fernsehen auf die Neo-Pfingstkirche aufmerksam geworden.⁴⁶

Die *IURD* zeichnet sich demnach durch eine klare Option für die Massenkommunikationsmedien aus. Einerseits bilden sie natürlich das zentrale Medium für ihre Missionierungsbestrebungen, die sie auf subtile Art vermitteln. Andererseits sind sie auch eine wichtige Einnahmequelle, da die religiösen Programme durchgängig von Spendenaufrufen durch die Moderatoren durchsetzt sind. Ziel der religiösen Programme auf *Rede Record* ist somit, die Zuschauer auf die *IURD* aufmerksam zu machen und sie zu einer Konversion zu bewegen.

45 Vgl. Fonseca: *Evangélicos e mídia*, S. 185.

46 Vgl. ebd., S. 190.