



Liebe Leserinnen, Liebe Leser,

einen Platz am Markt gibt. Denn die Notwendigkeit ist offensichtlich: Brasilien ist in den bundesdeutschen Medien nach wie vor unterbelichtet, bzw. die Berichterstattung über Brasilien von Stereotypen bestimmt. Unser wichtigstes Anliegen ist es daher, Themen mit Brasilien zu verbinden, die viel mehr mit Brasilien verknüpft sind als die Klischees, die dem Land beharrlich vorausseilen.

Für die Deutsch-Brasilianische Gesellschaft ist die Neukonstituierung ihres Kuratoriums, über die wir im Vereinsteil berichten, ein entscheidender Schritt. Das neue Kuratorium der DBG mit Carl Dieter Spranger als Vorsitzenden sowie Caio Koch-Weser und Ronaldo Schmitz als Stellvertreter steht für Kompetenz, Offenheit und Modernität der Deutsch-Brasilianischen Gesellschaft.

Auch die übrigen Kuratoriumsmitglieder darunter, Helmut Kohl, Günther Rexrodt, Theodor Berchem, Peter Pribilla, Hans-Peter Huss, Carl Dieter Goerdeler, Dietrich Briese-meister, Hildegard Stausberg, Peter Klaus, Berthold Zilly, Rolf Eckrodt, Werner Wenning – jeder ein anerkannter Brasilienkenner auf seinem Fachgebiet – garantieren, dass von der Deutsch-Brasilianischen Gesellschaft in Zukunft verstärkt wichtige Impulse für den bilateralen Austausch ausgehen werden.

Titelbeitrag sind diesmal die Bemühungen der katholischen Kirche Brasiliens, dem immer stärker werdenden Einfluss der protestantischen „Universale Kirche des Königreichs Gottes“ etwas entgegenzusetzen. Kuschelige Teddybären, mit Kreuz im Ohr, beten knarzend das „Vater Unser“ und werben um die Brasilianer. Erlösung und irdische Daseinshilfe verspricht mal wieder das Fernsehen, das längst zum wichtigsten Medium der rivalisierenden Kirchen geworden ist.

Über eine weitere „Insel der Seligen“ schreibt Lorenz Winter. Als solche beschreibt er den neuen Edelstadtteil „Barra da Tijuca“ in Rio de Janeiro. Die Strandmeile ist dabei, den einstigen Parastränden Copacabana und Ipanema den Rang abzulaufen. Der Beitrag illustriert das ungebrochene Wachstum der Zuckerhutmetropole: Noch vor hundert Jahren war der Weg vom historischen Zentrum Rios nach Ipanema nur in der Kutsche möglich. Beschwerlich und mühsam. Barra da

Tijuca war noch völlig unerschlossen. Heute ragen dort Hochhäuser in die Höhe und bilden eine dem Meer zugewandte Mauerfront wie in Copacabana und Ipanema. Barra da Tijuca ist das städtebauliche Antlitz einer Stadt, in der Schönheit, Jugend und Reichtum götzengleich verehrt werden.

Außerdem berichten wir über die Entwicklung des brasilianischen Portugiesisch. Die Tatsache, dass Portugiesisch heute mit rund 175 Mio. Muttersprachlern eine der großen Welt-sprachen – weit vor dem Französisch – ist, steht am Anfang der Betrachtungen von Volker Noll. Der Feststellung folgt ein Plädoyer dafür, das „brasilia-nische“ nicht länger gegen das „portugiesische“ Portugiesisch auszuspielen. Das geographische, kulturelle und wirtschaftliche Eigengewicht Brasiliens lassen sich schon lange auch in der eigenen sprachlichen Identität nachzeichnen. Deren Einfluss wächst beständig.

Graf Johann Moritz von Nassau eroberte vor 365 Jahren die Schenkenschanze im Rhein. Seine dadurch bewiesenen militärischen Fähigkeiten führten dazu, dass der 32-jährige im Namen der Oranier den Auftrag erhielt, die junge holländische Kolonie in Pernambuco zu festigen. Dass ein deutscher Calvinist in holländischen Diensten in Brasilien für ein Aufblühen der Künste und Wissenschaften stand, ist ein weiteres Beispiel für die frühen Bande aus Deutschland nach Brasilien, über die Hermann Josef Roth berichtet.

Weiterhin lesen Sie in dieser Ausgabe über die Planungen Brasiliens zur Weltausstellung EXPO 2000 (1. Juni – 31. Oktober) in Hannover. Am 7. September feiert Brasilien mit viel Musik, Show und Kultur seinen Nationentag auf der EXPO-Plaza. Am 7. Oktober wird der brasilianische Präsident Cardoso in Hannover erwartet. Ein spannendes brasilianisches Rahmenprogramm wird der brasilianische Regierungschef dabei im Gepäck haben.

Michael Rose
Chefredakteur

Seit fünf Jahren erscheint Tópicos in „neuer“ Aufmachung. Der Kreis der Beteiligten in Redaktion und Produktion hat sich seitdem kaum geändert. Die Tópicos hingegen sehr: Der Autorenkreis konnte ebenso erweitert werden wie der Kreis der Leser. Optisch haben wir uns ständig um Verbesserung bemüht, ohne dabei die Linie zu verlieren. Deutlich erkennbar ist dieses Bemühen auch am neuen Papier, das vor allem beim Bildmaterial eine erheblich bessere Druckqualität ermöglicht. Natürlich war die optische Aufwertung der Tópicos auch eine Konzession an die Anzeigenkunden, die sich nunmehr nicht nur in einem attraktiven redaktionellem Umfeld, sondern auch in besserer Druckqualität präsentieren können. Ein Argument mehr im zuweilen ernüchternden Werben um die Schaltungen von Anzeigenkunden, die oft nur über mühsame Umwege für eine Insertion in den Tópicos zu gewinnen sind. Viele Firmen wurden im Laufe der zurückliegenden fünf Jahre angeschrieben. Das verhaltene Engagement in den Tópicos steht im krassen Widerspruch zum jüngst wieder zunehmenden Engagement in Brasilien. Auf der anderen Seite sind jene Kunden, die einmal inseriert haben, meist als treue Anzeigenkunden dageblieben.

Oft war die Arbeit, alle drei Monate eine Tópicos-Ausgabe zusammenzustellen, ernüchternd. Öffentliche Zuschüsse blieben aus. Der Vertrieb wurde teurer, die Anzeigenkunden waren von unserem Produkt nicht immer so überzeugt wie wir selber. Die Resonanz der Leser hingegen war immer positiv. Vor allem auch aus diesem Grund ist der Idealismus ebenso geblieben wie die Überzeugung, dass es für die Tópicos