

Cornelia Länger

**Im Land der Königinnen:
Zur Konstruktion nationaler, ethnischer und sozioökonomischer Zugehörigkeit durch weibliche Körper in Bogotá, Kolumbien**

Einleitung

Die durch die Medien verbreiteten Bilder eines am 11. Jänner 2015 stattfindenden Schönheitswettbewerbs lösen eine heftige Debatte in Kolumbien aus. Darauf zu sehen sind Kinder im Alter von fünf bis elf Jahren, welche im Rahmen des *Festival del Río Suárez*, das etwa 150.000 Personen jährlich anlockt, in Bikinis auf einem Laufsteg posieren, dem Publikum Luftküsse schicken und von diesem bejubelt werden. Seit fünfundzwanzig Jahren wird jährlich eines dieser Mädchen zur „Miss Tanguita“ gekrönt (Wallace, 14.1.2015). So auch dieses Jahr. Doch diesmal entfachen die Bilder des Wettbewerbs erstmals eine Polemik über eine der markantesten Traditionen des Landes: die Tradition der Schönheitswettbewerbe, von denen in ganz Kolumbien pro Jahr geschätzt mehr als tausend stattfinden (Millán Valencia, 26.1.2015), darunter etwa der Schönheitswettbewerb der Guayaba, der Ananas, des Kaffees und des Mais.

Gleichzeitig nimmt Kolumbien derzeit im internationalen Vergleich der Anzahl jährlich durchgeführter Schönheitschirurgischer Operationen mit rund 292.000 Eingriffen den fünften Platz ein (ISAPS 2013). In Bogotá alleine gibt es 214 registrierte Zentren für plastische Schönheitschirurgie.¹ Dies mag verwunderlich erscheinen, wenn man einen Blick auf die offiziellen Statistiken zur Verteilung der ökonomischen und kulturellen Ressourcen wirft. Laut offiziellen Daten des nationalen Statistikamts DANE² leben von den insgesamt 45,5 Millionen Menschen 29,3 Prozent in Armut³ und 8,4 Prozent in extremer Armut.⁴ Der Großteil der davon betroffenen Personen lebt in kleinen Städten bzw. am Land (vgl. DANE 2014). Auch im Bildungsbereich herrschen große Unterschiede zwischen Stadt und Land: Während die Analphabetismusrate in den Hauptstädten der einzelnen Bundesstaaten bei etwa 5,5 Prozent liegt, beträgt sie im Rest des Landes etwa 18,5 Prozent (vgl. DANE 2010). Wie ist die hohe Anzahl der jährlich durchgeführten Schönheitsoperationen mit diesen Zahlen vereinbar? Die scheinbaren Widersprüche, die sich aus den statistischen Bevölkerungsdaten ergeben, zeugen von einer kulturell herausragenden Bedeutung von „Schönsein“, die eine Einbettung in tiefere Strukturen nahelegt. Um diese zu erschließen, ist es notwendig, den Schönheitsdiskurs und die starke Tradition der Schönheitswettbewerbe Kolumbiens in größere ökonomische, soziale und postkoloniale Rahmenbedingungen zu stellen.

¹ Diese Anzahl ist den Gelben Seiten entnommen. Gesucht wurde nach „cirugía estética“ in „Bogotá, Colombia“. Verfügbar unter: <http://www.paginasamarillas.com.co/busqueda/cirugia+estetica-bogota?home=100697&isPoi=False>, 8.6.2015 (URL 4).

² Die Informationen sind dem letzten, im Jahr 2005 durchgeführten Zensus entnommen, da keine aktuelleren offiziellen Daten vorliegen. Die Ergebnisse des nächsten Zensus werden voraussichtlich 2016 vorliegen.

³ Personen, die nicht die notwendigen Geldmittel zur Verfügung haben, um ihre Grundbedürfnisse zu stillen, fallen in die Kategorie „Armut“. (Was unter „Grundbedürfnisse“ genau verstanden wird, wird in dem Bericht nicht erwähnt, Anm.). Der nötige Geldbetrag wurde 2014 für einen Vier-Personen-Haushalt mit 833.616 kolumbianischen Pesos (€ 304,-) pro Monat berechnet.

⁴ Personen, die nicht die notwendigen Geldmittel zur Verfügung haben, um eine ausreichende Kalorienzufuhr pro Tag sicherzustellen, fallen unter die Kategorie „Extreme Armut“. Der entsprechende Geldbetrag wurde 2014 für einen Vier-Personen-Haushalt mit 369.248 kolumbianischen Pesos (€ 135,-) pro Monat berechnet.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, die Visualisierung von Nation, Ethnizität und Klassenzugehörigkeit durch Frauenkörper der „empirischen Realität“ meiner Beobachtungen und den statistischen Daten gegenüberzustellen. Dabei wird erkennbar, dass der Schönheitsdiskurs von dominanten Vorstellungen von Nation, Ethnizität und Klassenunterschieden bestimmt wird, welche durch Frauen verkörpert und naturalisiert werden. In der vorliegenden Arbeit sollen Herrschaftsstrukturen, welche den Bildern weiblicher Schönheit zugrunde liegen, aufgedeckt und kritisch beleuchtet werden. Die Ergebnisse zur Beantwortung meiner zentralen Frage, welche nationalen, ethnischen und sozioökonomischen Zugehörigkeiten durch die in der Öffentlichkeit angepriesenen weiblichen Schönheitsideale geschaffen werden und welche Hierarchien dabei sichtbar werden, werde ich hier versuchen darzustellen.

Zu Beginn möchte ich den Rahmen des Forschungsfeldes abstecken und die Forschungsmethoden vorstellen. Der vorliegende Beitrag bezieht sich auf einen Forschungszeitraum von vier Monaten. Ein zentraler Teil der Daten wurde im Dezember 2014 während einer einmonatigen Feldforschung in Kolumbien erhoben. In diesem Zeitraum wurden empirische Beobachtungsdaten in Kaufhäusern und Schönheitssalons gesammelt, wobei ein Hauptaugenmerk auf die Darstellungen weiblicher Körper und Schönheitsbehandlungen auf Plakaten in Kaufhäusern, in Werbungen ausgewählter Frauenzeitschriften sowie in den visuellen Medien gerichtet wurde. Ein zusätzlicher Teil des Datenmaterials stammt von den medialen Beobachtungen rund um den nationalen Schönheitswettbewerb, der am 17. November 2014 in Cartagena stattfand sowie von ausgewählten Internetseiten kolumbianischer Schönheitskliniken.

Ergänzend dazu wurden sechs Interviews und zahlreiche informelle Gespräche geführt. Um wissenschaftlich aussagekräftige Daten zu erhalten, habe ich mich im Zuge meiner Feldforschung auf Beobachtungen in Bogotá Stadtviertel Modelia beschränkt, welches dem *estrato* 4 zugeordnet wird.⁵ Alle Interview- und Gesprächspartnerinnen stammen aus Bogotá und leben entweder derzeit in diesem Stadtteil oder haben in diesem gelebt, wodurch es möglich wird, ein relativ homogenes Bild zu erhalten, in dem sich diese spezifische Gruppe widerspiegelt. Alle Interviewpersonen sind in ähnlichen sozioökonomischen Lebensverhältnissen aufgewachsen, weiblichen Geschlechts und befinden sich im Alter zwischen 22 und 30 Jahren. Eine von ihnen lebt seit fünf Jahren in Wien. Da die Interviewpersonen ausdrücklich auf eine Anonymisierung verzichteten, werden sie namentlich genannt. Einzelne Zitate, die den Gesprächen und Interviews entnommen wurden, sowie einzelne Zitate aus wissenschaftlichen Publikationen in spanischer Sprache wurden von mir übersetzt.

Den Interviewpartnerinnen wurden während des Gesprächs jeweils dieselben zwölf Seiten aus der Modezeitschrift *Vogue Collections Nr. 19* mit Abbildungen internationaler Laufstegmodells europäischer Modeschauen vorgelegt, um die persönlichen Meinungen, Ansichten, Zuschreibungen und Bewertungen der Körper dieser Models in Erfahrung zu bringen.

Der vorliegende Artikel ist in folgende Teile gegliedert: Zunächst wird der kulturellen Bedeutung des jährlich stattfindenden nationalen Schönheitswettbewerbs für die Schaffung von Nation und die Vermittlung „nationaler“ Werte nachgegangen. Im darauffolgenden Abschnitt wird aufgedeckt, welche (postkolonialen) Rassismen den dominierenden Schönheitsidealen

⁵ Offiziell ist die Bevölkerung Bogotá in sechs Schichten (*estratos sociales*) eingeteilt, die anhand des Wertes des jeweils bewohnten Objekts und des „Prestiges“ der unterschiedlichen Stadtteile zugeteilt werden. Diese Einteilung wurde in den 1980er-Jahren eingeführt und diente ursprünglich dazu, die Höhe der Mietpreise und Betriebskosten an die jeweiligen finanziellen Ressourcen der Bevölkerung anzupassen, und somit mehr soziale Gerechtigkeit zu schaffen. Sie führte jedoch vor allem zur sozialen Segregation und zur Stigmatisierung von Angehörigen niedrigerer Schichten (Uribe-Mallarino 2008). Im ganzen Land gehören derzeit etwa 89% der Bevölkerung den Schichten 1-3 an, das heißt der Unter- bis unteren Mittelschicht, während sich etwa 11% in den *estratos* 4-6, der Mittel- bzw. Oberschicht, befinden (Villaveces Niño/Anzola Gil 2005: 20).

für Frauen zugrundeliegen und wie die afrokolumbianische Bevölkerung vom herrschenden Schönheitsdiskurs ausgegrenzt wird. Anschließend werden Klassenzugehörigkeiten mit den jeweiligen Vorstellungen von „weiblicher Schönheit“ in Beziehung gesetzt und Schönheitsoperationen als Aufstiegschance für eine ökonomisch und sozial benachteiligte Gesellschaftsschicht betrachtet. Zum Schluss werden die zentralen Ergebnisse zusammengefasst und Anknüpfungspunkte für weitere Forschungsarbeiten genannt.

„Las mujeres de mi tierra“: Die Verkörperung nationaler Werte und nationalen Kapitals durch weibliche Körper

*Die Frauen meines Landes sind Früchte der Liebe,
alle gleichen dieser großen Nation.
Wir sind stark, wir sind schön,
wir sind bedeutend wie sie.
Die Schöne ist Kolumbien, die Königin ist Kolumbien.
[...]
Wie schön ist Kolumbien,
wie groß ist Kolumbien.
Wir sind voller Friede und Vertrauen,
wir sind Herzen voller Hoffnung.
aus: Francisco Zumaqué: “Las mujeres de mi tierra”
(offizielle Hymne des nationalen Schönheitswettbewerbs Kolumbiens)*

„Es ist ein historisches Ereignis, [...] etwas, das uns mit Emotion erfüllt, und uns als Land zusammenschweißt, was das Wichtige dabei ist. Ich würde mir wünschen, dass wir alle stolz darauf sind, Kolumbianer zu sein“, betont der kolumbianische Präsident Juan Manuel Santos, nachdem Paulina Vega, die aus einer wohlhabenden Familie stammende nationale Schönheitskönigin, am 26. Jänner 2015 als Siegerin des internationalen Wettbewerbs um den Titel der schönsten Frau des Universums hervorgegangen ist.

Der Triumph Paulinas, die in den sozialen Netzwerken als „Paulinita“, „unsere Königin“, „unsere Göttin“, und „Hoffnungsträgerin“ bezeichnet wird, wird als nationaler Erfolg gefeiert und darüber hinaus von vielen als Allheilmittel gegen politische Konflikte im eigenen Land sowie soziale und wirtschaftliche Probleme interpretiert.

Das Ereignis wird nicht nur in den sozialen Netzwerken gefeiert und diskutiert. Es wird auch in *El Tiempo*, der Tageszeitung mit der höchsten nationalen Reichweite, zum alles überschattenden Thema. Heimische Wirtschaftsexperten erhoffen sich hinsichtlich des Sieges von Paulina Vega langfristige positive Auswirkungen für die nationale Wirtschaft durch steigende Auslandsinvestitionen und einen aufblühenden Tourismus (URL 2). Doch auch Hoffnungen auf eine friedliche Zukunft nach mehr als fünfzig Jahren bewaffneten Konflikts werden in den Lesercommentaren der Zeitung *El Tiempo* geäußert:

„Ich bin so stolz, Kolumbianer zu sein! [...] Jetzt werden wir endlich Kolumbiens Schönheit international herzeigen. Ich hoffe, dass sich mit diesem Triumph die Gruppen am Rande des Gesetzes zu einem Friedensvertrag animieren lassen, unserem schönen und geliebten Kolumbien zuliebe. Nur Mut, wir sind auf dem Weg, das erfolgreichste Land Lateinamerikas zu werden.“ (URL 3)

Die euphorische Stimmung, welche in den Online-Kommentaren der Zeitung erkennbar ist, zeigt, dass der Triumph der Schönheitskönigin Kolumbiens im internationalen Wettstreit nicht

nur als der persönliche Sieg einer einzelnen Frau, sondern als jener einer ganzen Nation aufgefasst wird. Als solcher löst er in weiten Teilen der Bevölkerung ein Gefühl des Durchbruchs auf internationalem Niveau und der Hoffnung auf eine bessere Zukunft aus.

Im Wesentlichen kristallisieren sich aus der Fülle an Kommentaren zwei zentrale Diskurse heraus, anhand derer die nationale Bedeutung von Schönheitswettbewerben deutlich erkennbar wird: der nach innen gerichtete Identitätsdiskurs (Wie sehen sich KolumbianerInnen selbst? Wie definieren sie sich?) und der nach außen gerichtete Modernitäts-/Verbesserungsdiskurs (Welches Image wird von Kolumbien ins Ausland vermittelt? Wie steht das Land im internationalen Vergleich da?). Anhand dieser Diskurse möchte ich aufzeigen, wie das Selbstbild und das Fremdbild Kolumbiens, die jeweils Widersprüche in sich tragen, im Bereich der Schönheitswettbewerbe immer wieder neu ausgehandelt und gefestigt werden.

Zunächst werde ich auf die Verkörperung nationalen Kapitals durch die Kandidatinnen von Schönheitswettbewerben eingehen. Ich lehne mich hier an dem Kapitalbegriff an, der im Bourdieu'schen Sinne die „akkumulierte Arbeit“ (Bourdieu 2010: 271) in materieller oder verinnerlichter Form bedeutet. Im Bourdieu'schen Sinne wird „Kapital“ aktiv angeeignet und gesammelt bzw. von früheren Generationen übernommen und an die nächsten Generationen weitergegeben. Es kann – wie hier durch die Teilnahme an Schönheitswettbewerben – in andere Kapitalformen umgewandelt werden. Dazu muss der Körper der Teilnehmerin durch die Investition von Zeit und Geld (etwa durch regelmäßiges Workout, Pflegeprodukte, Schönheitsoperationen) diszipliniert, gepflegt, kultiviert werden mit dem Ziel, ihn national und international vermarkten bzw. zur Schau stellen zu können.

Die Teilnahme einer Nation an einem internationalen Schönheitswettbewerb durch die Selektion einer repräsentativen Frau kann als Kapitaleinsatz der Nation im Rahmen einer internationalen Konkurrenzaustragung gesehen werden. Die Teilnehmerin ist (stellvertretend für die Nation, die sie verkörpert) vor allem Trägerin symbolischen Kapitals (in Form ihres Körpers), anhand dessen sie mit den anderen Wettstreiterinnen verglichen werden kann. Dieses symbolische Kapital kann wiederum in Privilegien, Anerkennung und Prestige sowie in soziales Kapital in Form von Kontakten zu kapitalträchtigen Menschen der Mode-, Fernseh- und Werbebranche und der Politik, sowie im Falle eines Sieges zusätzlich in ökonomisches Kapital in Form von Geld, einer wertvollen mit Diamanten besetzten Krone, eines versilberten und vergoldeten Zepters, in Form von Verträgen mit bekannten Modefirmen, eines Stipendiums an einer angesehenen Universität oder in Form von Reisen um die Welt umgewandelt werden.

Bolívar Ramírez zeigt, dass die Teilnahme an diesen ursprünglich ausschließlich einer Elite, also ausgewählten Trägerinnen sozialen und ökonomischen Kapitals, vorbehalten war. Der nationale Schönheitswettbewerb stärkte somit während der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts den Machtanspruch der Angehörigen hoher sozialer Schichten auf „soziale Autorität“ und „Führerschaft“. Gleichzeitig wurden gesellschaftliche Gruppen, die einer niedrigeren Klasse angehörten, davon ausgeschlossen (Bolívar Ramírez 2007:78). Heute gilt die nationale Schönheitskönigin als „Botschafterin“ der Nation und hat als solche zwei Funktionen: die Repräsentation der sozialen und kulturellen Werte Kolumbiens im Ausland und die Stärkung der Identifikation der KolumbianerInnen mit ihrem Heimatland (CNB 2015). Dass kulturelle Werte sowie die Identifikation mit Kolumbien durch das äußere Erscheinungsbild verkörpert werden, deutet auf den Stellenwert des Körpers in der Gesellschaft hin, und damit auch auf die Bedeutung, den eigenen Körper in Einklang mit „nationalen“ Werten bringen zu müssen.

Bourdieu betont, dass der Körper gesellschaftlich produziert ist; sein Erscheinungsbild wird gemeinhin als „natürlichster Ausdruck der innersten Natur“ sowie als Anzeichen für die moralische Haltung interpretiert (Bourdieu 1998: 310).

„Schönheit kann in dieser Sicht zugleich Naturgabe und Verdienst sein, eine Gnade der Natur und damit gerechtfertigt, wie eine Errungenschaft der Tugend, und damit ein zweites Mal gerechtfertigt: sie hebt sich von der Zügellosigkeit und Leichtfertigkeit des Vulgären gleichermaßen kraß ab wie von der Häßlichkeit.“ (ibid.: 330)

Indem das Aussehen der Kandidatinnen Kultiviertheit symbolisiert, erhalten sie den Anschein von natürlicher Erhabenheit. Diese Erhabenheit wird im Feld der Schönheitswettbewerbe naturalisiert und legitimiert. Körperliche Schönheit wird in diesem Prozess auf eine gewisse moralische Haltung und innere Eigenschaften wie Reinheit, Jugendlichkeit, Erhabenheit, Disziplin, Eleganz, Modernität, Weiblichkeit und Fröhlichkeit zurückgeführt. Dadurch erwächst auch der Legitimitätsanspruch der Kandidatinnen. Dass die hierbei verkörperten Werte einen hohen Stellenwert in der Gesellschaft erfahren, zeigt eine Volksbefragung des Jahres 2002, derzufolge der nationale Schönheitswettbewerb Kolumbiens das wichtigste kulturelle Ereignis des Landes darstellt (Bolívar Ramírez 2007: 79).

Dass der Wettbewerb vor allem auf die Stärkung des materiellen Kapitals der Angehörigen höherer Gesellschaftsschichten abzielt, wird in einem Interview mit Helena G. deutlich. Sie betont, dass die Idee der sozialen Verantwortung, die eine Schönheitskönigin innehat, Kindern aus der Armut zu helfen, völlig andere Dimensionen angenommen hat. Nicht soziale Projekte stehen im Vordergrund, von denen in den Medien das Bild einer sanftmütigen und friedvollen Kandidatin mit Herz vermittelt wird, sondern die gezielte Vermarktung der Schönheitskönigin, von der sich die Gewinnerin selbst und die Firmen, für die sie wirbt, finanzielle Gewinne erhoffen (Helena G., 17.1.2015). Warum identifizieren sich dennoch die von der Teilnahme am Schönheitswettbewerb ausgeschlossenen Gesellschaftsschichten mit den Gewinnerinnen des Titels *Señorita Colombia*? Bolívar Ramírez argumentiert, dass sich die kolumbianische Nation seit ihrer Entstehung über Schönheitsköniginnen definiert: „Gerade Schönheitswettbewerbe bieten eine empirische Möglichkeit, zu beobachten, wie sich das Wir-Gefühl ausdehnt, wer daran teilhat, dank welcher Kriterien und auf wessen Kosten“ (Bolívar Ramírez 2007: 79).

Ähnlich wie das Selbstbild auf nationaler Ebene ausgehandelt wird, wird im Rahmen internationaler Schönheitswettbewerbe das Fremdbild Kolumbiens und dessen Position auf internationaler Ebene ausgehandelt. Die Teilnahme an internationalen Schönheitswettbewerben stellt eine Möglichkeit dar, die Bedeutung und den Status eines Landes in der Welt zu repräsentieren. Dabei sollen das kultivierte Äußere, der Charme und die Eleganz der Kandidatinnen die kulturellen Werte der Nation vermitteln.

Der Modernitätsdiskurs war seit Beginn des nationalen Schönheitswettbewerbs im Jahr 1934 ein Thema – nicht zuletzt aufgrund der Verbindung des Events mit den jährlichen Feierlichkeiten, die an die Unabhängigkeit Barranquillas als dem ersten befreiten Landesteil Kolumbiens von der Fremdherrschaft Spaniens erinnern. Aus einer Epoche des sozialen und politischen Umbruchs erwächst der nationale Schönheitswettbewerb als Ort der Machtaustragung führender Frauen, welche als standardisierte Symbole einer angeblichen Modernität fungieren (Bolívar Ramírez 2007: 78f.). Dieses Streben nach Modernität ist auch in der Gegenwart stark präsent. „Er [der Sieg Paulina Vegas] zeigt, dass wir Kolumbianer langsam einen kleinen, aber hohen Stellenwert in der Welt eingenommen haben“ (URL 3).

Dieser Prozess der Selektion und anschließenden Vermarktung kann als Kommodifizierung von Frauenkörpern interpretiert werden. So schreibt ein Leser der Zeitung *El Tiempo* nach dem Sieg von Paulina Vega: „Die Frauen an der Küste sind in Mode gekommen, das ist wunderbar!“ (URL 3). Aus diesen und anderen Kommentaren, die in den Online-Medien zu finden sind, geht hervor, dass die Vermarktung der kolumbianischen Frau auf internationaler Ebene dem Fremdbild Kolumbiens, welches von Konflikten und illegalem Drogenhandel geprägt ist, einen neuen Glanz verschaffen soll. Durch die Verkörperung der Nation durch

sanftmütige, anmutige und „moderne“ Frauen soll das Bild eines makellosen, friedvollen und fortschrittlichen Landes auf der internationalen Ebene vermittelt werden. Die Attraktivität der Frauen soll das Land international attraktiv werden lassen. Ein neues Selbstbild Kolumbiens wird durch die Zurschaustellung ausgewählter Frauen mit bestimmten Eigenschaften kreiert, das nicht nur der heimischen Bevölkerung Positives vermitteln soll, sondern der ganzen Welt. Kolumbien wird deshalb im nationalen und internationalen Tourismusbereich nicht nur als Land des Kaffees, der Musiker und Schriftsteller, sondern auch als „Land der schönen Frauen“ angepriesen.⁶

Schönheitswettbewerbe sind auf nationaler sowie internationaler Ebene Kanäle für die Produktion, Reproduktion und Transformation von Identitäts- und Modernitätsdiskursen. In beiden geht es um eine Aushandlung von Fragen rund um die Identität einer Nation, welche in Form von Inklusion und Exklusion einzelner Gruppen definiert wird. Jene, die sich mit den Kandidatinnen der Schönheitswettbewerbe und deren Erfolgen identifizieren, entscheiden sich (unbewusst oder bewusst) für eine Teilhabe an der Nation und ihren Erfolgen; jene, die dies nicht tun, werden von ihr ausgeschlossen.

Die jährliche Krönung der *Señorita Colombia* stellt einen geeigneten Rahmen zur Legitimation der symbolischen und ökonomischen Privilegien der Reichen und Schönen dar, in welchem die soziale Ordnung reproduziert und gleichzeitig naturalisiert wird. Die Naturalisierung wird einerseits durch den geschichtlichen Hintergrund des nationalen Schönheitswettbewerbs mit dem historischen Moment der Unabhängigkeit Cartagenas und der dadurch implizierten Nationsbildung deutlich, andererseits in dem Machtanspruch, den die Schöheitsköniginnen seit jeher verteidigten.

„Somos todos mestizos“: Farbenblindheit, ethnische Diversität und die Präferenz von Weißsein

Welches Bild ist es, das durch die weiblichen Schönheitsideale an die Öffentlichkeit getragen wird? Und was sagt die Tatsache, dass in 80 Jahren Schönheitswettbewerb im Jahr 2001 Vanessa Alexandra Mendoza als erste und bisher einzige Afrokolumbianerin zur schönsten Frau des Landes gekrönt worden ist, über die in der Gesellschaft vorherrschenden Bewertungen von afrokolumbianischen Körpermerkmalen aus?

Um diese Fragen beantworten zu können, möchte ich zunächst auf die aktuellen politischen Maßnahmen zur Sichtbarmachung von AfrokolumbianerInnen eingehen. Bis in die 1970er Jahre wurde die afrokolumbianische Bevölkerung aus den offiziellen Statistiken und politischen Entscheidungen weitgehend ausgeblendet. Erst im Zuge des als „multicultural turn“ (Paschel 2013) in die sozialwissenschaftliche Literatur eingehenden politischen Prozesses der Sichtbarmachung ethnischer Gruppen durch die Verfassung des Jahres 1991 wurde die ethnische Vielfalt der Bevölkerung Kolumbiens politisch anerkannt.⁷

Seither wurde eine statistische Erfassung ethnischer Bevölkerungsgruppen angestrebt, wobei der Prozentsatz derer, die sich als AfrokolumbianerInnen zu erkennen gaben, je nach Volkszählung stark variierte. Demnach haben im Zensus 2005 10,6 Prozent der Bevölkerung (4,3

⁶ Mittels dieser Rhetorik wird die „schöne kolumbianische Frau“ als eines der in Kolumbien produzierten (Export-)Güter etikettiert, welches sich international vermarkten lässt, um den Marktwert der Nation und dessen Attraktivität als Tourismusziel zu erhöhen. Frauenkörper werden zum positiven Aushängeschild Kolumbiens.

⁷ Dazu zählten die Anerkennung der Sprachen und Dialekte ethnischer Gruppen, die Förderung der bilingualen Bildung und der Schutz ihrer Kulturen. Die Verfassungsänderung resultiert aus der Mobilisierung der Schwarzen Bevölkerung in den 1980er Jahren.

Millionen Menschen) angegeben, AfrokolumbianerInnen zu sein, während dies im Jahre 1993, als erstmals die ganze Bevölkerung zu ihrer ethnischen Zugehörigkeit befragt wurde, lediglich 1,5 Prozent des Landes taten. Die Abweichungen dieser Prozentsätze ist vor allem auf die Fragestellung des jeweiligen Zensus zurückzuführen: Während 1993 die Frage nach der Zugehörigkeit zu einer spezifischen ethnischen Community gestellt wurde,⁸ war 2005 die Frage auf die kulturelle Zugehörigkeit bzw. die physischen Merkmale einer Person ausgerichtet.⁹

Abgesehen davon, dass lediglich Indigene, Roma und AfrokolumbianerInnen als „Ethnien“ markiert und zu einer Gruppe zusammengefasst wurden, während der Rest der Bevölkerung (*mestizos*,¹⁰ EuropäerInnen, AsiatInnen etc.) unmarkiert blieb, sind auch die Angaben zur afrokolumbianischen Bevölkerung stark anzuzweifeln. Darity et al. (2005) stellen in ihrer Studie zu Ethnizität und Weißsein in den USA fest, dass die Selbstklassifizierung als „Schwarze“ unter der lateinamerikanischen Bevölkerung im Vergleich zur Fremdklassifizierung dieser Personen durch die InterviewerInnen extrem gering ist. Dies ist auch bei Angehörigen von Staaten mit einem vergleichsweise hohen afrikanischstämmigen Bevölkerungsanteil wie Kuba, Puerto Rico, Kolumbien und Peru¹¹ der Fall. Die ForscherInnen führen die starke Verneinung von „Schwarzsein“ auf eine allgemeine Ablehnung afrikanischer Herkunft zurück, welche in der bewussten Ausblendung afrikanischer VorfahrInnen und der Hervorhebung europäischer VorfahrInnen innerhalb der Familiengeschichte erkennbar wird (Darity et al. 2005: 106f.).

Es ist daher anzunehmen, dass auch im Falle des kolumbianischen Zensus der Unterschied zwischen dem subjektiven Selbstbild und den phänotypischen Eigenschaften der befragten Personen groß ist, und daher die Daten des Zensus von 2005 die afrokolumbianische Bevölkerung nicht vollständig erfassen. In einem Video des nationalen Goldmuseum im Zentrum Bogotá wird der landesweite Anteil der afrokolumbianischen Bevölkerung mit 22 Prozent beziffert (FTB, 30.12.2014). Der von afrokolumbianischen AktivistInnen verwendete Prozentsatz liegt sogar bei 26 Prozent (Paschel 2013: 1558).

Die Abneigung gegen eine Selbstidentifizierung als Schwarz ist kein ausschließlich kolumbianisches Phänomen. Hall (2013) zeigt in seiner Studie über weibliche Schönheitsideale, dass – unabhängig von der Hautfarbe der befragten Personen – helle Haut als schön wahrgenommen wird, nicht jedoch dunkle Haut. Er behauptet, dass aufgrund der verbreiteten westlichen Schönheitsideale weltweit die „weiße“ Hautfarbe bevorzugt wird, während dunkle Hautfarben abgewertet werden: „[...] the idealization of white skin is a vehicle to various social pathogens such as skin bleaching and discrimination. The influence of Western ideals has extended this phenomenon to a global population manifested as the bleaching syndrome“ (ibid.: 557).

Die geringe Selbstidentifikation der AfrokolumbianerInnen deutet auf die soziale Positionierung der afrokolumbianischen Bevölkerungsgruppe in der Gesellschaft hin. Durch die Identifizierung als „weiß“ oder zumindest als „nicht schwarz“ kann die eigene Identität auf-

⁸ Die Frage lautete: „Sind Sie einer Ethnie, indigenen Gruppe oder Schwarzen Community zugehörig?“ (DANE 2005: 14).

⁹ Die Frage lautete: „Gemäß Ihrer Kultur, Ihres Volkes oder Ihrer Körpermerkmale identifizieren Sie sich als 1) Indigene/r? 2) Roma 3) dem Archipel San Andrés und Providencia zugehörig? 4) Palenquero/a von San Basilio? 5) *negro/a, mulato/a, afrocolombiano/a* oder Afrikanischstämmige/r? 6) Keines der vorherigen?“ (DANE 2005: 14).

¹⁰ *Mestizos* werden als Personen mit Vorfahren unterschiedlicher ethnischer Herkunft gesehen. Im Laufe des Unabhängigkeitsprozesses lateinamerikanischer Nationen wurden *mestizos* von der indigenen Bevölkerung und den Nachkommen afrikanischer Sklaven abgegrenzt und zur dominierenden und modernen Mehrheit erhoben.

¹¹ Die aus einer 1990 durchgeführten Befragung gewonnenen Daten zeigen, dass der Prozentsatz der Selbstidentifikation dieser Bevölkerungsgruppen bei unter 3% lag (Darity et al. 2005: 103).

gewertet werden. Den Prozess, sich selbst „weißer“ darzustellen als man tatsächlich ist, führen Villaveces Niño und Anzola Gil auf die positiven Ideen von Fortschritt, Zivilisiertheit und Urbanität zurück:

„Dieser Prozess hat sich mit der Urbanisierung verstärkt, bei dem sich beobachten lässt, dass sich die Bevölkerung selbst immer urbaner, christlicher, zivilisierter; also ‚weißer‘ und weniger indigen sieht. Diese soziale Vorstellung, die seit der Kolonialzeit besteht, macht die Einteilung in ‚Rassen‘^[12] schwierig, weil sie sich eher auf das Zugehörigkeitsinteresse als auf die Realität von Haut und Phänotyp bezieht.“ (Villaveces Niño/Anzola Gil 2005: 6)

Drei Viertel der afrokolumbianischen Bevölkerung – derselbe Anteil wie jener der übrigen Bevölkerung – wohnen in Städten (PNUD 2010: 22). Daher könnte es sein, dass sich die in den Städten lebenden AfrokolumbianerInnen „weißer“ sehen als jene, die am Land wohnen, und sich demnach nicht als AfrokolumbianerInnen bezeichnen. Der Wunsch bzw. das eigene Empfinden, einer symbolisch besser gestellten Gruppe anzugehören, scheint relevanter für das persönliche Zugehörigkeitsgefühl zu sein als das eigene Aussehen. Das Selbstbild kann somit aufgebessert werden, indem die eigenen afrikanischen Wurzeln verneint werden.

Es ist an dieser Stelle angebracht, einen Blick auf die Verteilung der ökonomischen Ressourcen unter den Bevölkerungsgruppen zu werfen. Im Vergleich zur sogenannten „weißen“ bzw. *mestizo*-Bevölkerung leben prozentuell deutlich mehr AfrokolumbianerInnen unter der Armutsgrenze. Letztere weisen trotz der vergleichsweise höheren Schulbildung geringere Chancen am Arbeitsmarkt auf und sind stärker von Arbeitslosigkeit betroffen. Insgesamt lassen sich auch prozentuell weniger AfrokolumbianerInnen in Führungspositionen finden (vgl. PNUD 2010). Das entspricht ganz dem Bild, das Álvarez et al. zeichnen, wenn sie auf die pyramidenartige Sozialstruktur Kolumbiens hinweisen, an deren Spitze sich eine „weiße Elite“ befindet (Álvarez et al. 2012: 10).

Trotz der Vermischung der phänotypischen Merkmale im Zuge des Prozesses der *mestizaje* ist die Klassenzugehörigkeit mit dem Aussehen einer Person bzw. deren Herkunft gekoppelt. Dabei gilt: „Je dunkler die Hautfarbe, desto geringer wird das kulturelle, soziale, finanzielle und symbolische Kapital“ (ibid.). Wade weist darauf hin, dass ökonomische Ressourcen die „soziale Hautfarbe“ einer Person zwar heller werden lassen, aber nicht völlig „wegwaschen“ können: “Money may turn some blacks into social non-blacks, but their origins are never forgotten” (Wade 1989: 14). Die sozioökonomisch benachteiligten Positionen von AfrokolumbianerInnen sind, ihm zufolge, ein Produkt kolonialer Strukturen, welche durch die gesellschaftliche Relevanz der Kriterien „Rasse“ und Klasse zur Einteilung der gesellschaftlichen Ordnung reproduziert werden.

In einem aktuelleren Beitrag wendet Wade ein, dass sich die soziale Ungleichheit jedoch nicht speziell auf die Hautfarbe, sondern vor allem auf Körpermerkmale wie Haartypen und Gesichtszüge bezieht, auf deren Basis die ethnische Zugehörigkeit einer Person festgemacht wird. Der Anthropologie sei es gelungen, Hautfarbe – ähnlich wie Geschlecht und andere scheinbar „objektive“ biologische Faktoren – als kulturelle Konstrukte mit unterschiedlichen Bedeutungen zu entlarven (Wade 2012: 1169f.). Eine meiner Interviewpartnerinnen erläutert das in Kolumbien vorherrschende Klassifizierungsschema folgendermaßen:

„Negros sind Personen, die Gesichtszüge von Schwarzen haben, das heißt dicke Lippen, markante Backenknochen, krauses Haar, wir nennen es *chuto*, stark gekringelt. *Mestizos*

¹² Das spanische Wort „*raza*“ wird in Lateinamerika häufig gebraucht und hat keine vergleichbar negative Bedeutung wie der deutsche Terminus „Rasse“. Letzterer wird daher in Anführungszeichen gesetzt.

sind die mit einer dunklen Hautfarbe, einer braunen, aber die Gesichtszüge sind nicht die eines Schwarzen, sondern die eines Weißen, und da fängt alles an, sich zu kombinieren. Du kannst eine komplett schwarze Person mit weißen Gesichtszügen sehen, die keine dicken Lippen und glatte Haare hat. Es gibt so viele Kombinationen, dass man sie gar nicht mehr klassifizieren kann.“ (Diana Catalina F., 31.12.2014)

Trotz der Schwierigkeit, Personen auf Grund unterschiedlicher Körpermerkmale klassifizieren zu können, existiert eine Reihe unterschiedlicher Bezeichnungen für Personen mit spezifischen „ethnischen“ Körpermerkmalen, die aus der Kolonialzeit stammen und noch immer benutzt werden:¹³ *negro/a* („Schwarze/r“), *moreno/a* („Braune/r“), *mulato/a* (Person mit afrikanischen und europäischen VorfahrInnen), *zambo/a* (Person mit afrikanischen und indigenen Vorfahren). Dazu führt etwa Diana Catalina F. aus:

„Man achtet nicht so sehr auf die Hautfarbe, sondern eher auf die Gesichtszüge, [...] weil diese sehr markant sind. Bei einem *negro* und einem *trigueño* [„Weizenfarbenen“, Person mit goldener Hautfarbe] hat der eine feinere und der andere markantere Lippen, Haut, Hände oder einen markanteren Körperbau. Die Hände zum Beispiel sind viel fettiger, und auch die Nägel sind ganz anders, sie sind größer. Die Haut ist fettiger, weil sie [die *negros*] widerstandsfähiger gegen die Sonne sind, weil sie aus dem heißen Landesteil kommen.“ (31.12.2014)

Ihre Erklärungen geben Aufschluss über die vielfältigen körperlichen Erkennungsmerkmale, anhand derer Personen gemäß eines verinnerlichteten Ordnungsschemas klassifiziert werden können.

Trotz der mehrheitlichen Annahme meiner Interviewpartnerinnen, dass alle Menschen in Kolumbien *mestizos* seien, können sie eindeutige Merkmale benennen, die auf eine afrokolumbianische Zugehörigkeit hindeuten, und als solche identifiziert und bewertet werden. Dabei ist bemerkenswert, dass keine von ihnen AfrokolumbianerInnen im eigenen Freundeskreis hat. Bei den wenigen Bekanntschaften mit AfrokolumbianerInnen handelt es sich um SchulkameradInnen oder flüchtige Bekannte.

Die „Andersartigkeit“ der afrokolumbianischen Bevölkerungsgruppe äußert sich in den meisten Gesprächen in der Hervorhebung der geographischen Distanz. AfrokolumbianerInnen werden vorwiegend als BewohnerInnen der Küstenregionen gesehen, wodurch sich eine imaginäre Distanz zeigt. Außerdem werden ihnen spezifische Merkmale zugeschrieben: einerseits ihre Körpergröße und ihre markanten Gesichtszüge, andererseits ihre Sinnlichkeit und ihr Dialekt (FTB, 6.12.2014). Durch die Hervorhebung von spezifischen Unterschieden wird eine Abgrenzung zwischen dem „Wir“ (städtische Weiße bzw. *mestizos*) und den „Anderen“ (ländliche AfrokolumbianerInnen bzw. *negros*) vorgenommen.

Dass sich nicht alle meine GesprächspartnerInnen mit einer multikulturellen Gesellschaft identifizieren, zu der AfrokolumbianerInnen gehören, wird im Gespräch mit Nelson T. deutlich: „Hier [in Bogotá] sind wir spanischstämmig“, behauptet er (FTB, 27.12.2014). Diese Aussage spiegelt die eigene imaginäre Zugehörigkeit zu „den Weißen“ wieder, welche von Villaveces Niño und Anzola Gil als verbreitete Praktik thematisiert wird: „[...] die Bevölkerung, die sich der weißen ‚Rasse‘¹⁴ zugehörig fühlt oder als solche angesehen wird, steht keineswegs in direkter Abstammungslinie zum spanischen Erbe, vielmehr hält sie an einer

¹³ In einer politischen Werbekampagne für die Volkszählung 2005 wurden die hier angegebenen Bezeichnungen bewusst benutzt, um die afrokolumbianische Bevölkerung zu einer Selbstidentifikation als AfrokolumbianerInnen bewegen zu können und ihr ethnisches Bewusstsein zu stärken. Das Video ist unter folgendem Link abrufbar: <https://www.youtube.com/watch?v=PY4uf49dMqg>. Zugriff: 8.6.2015 (URL 5).

¹⁴ Siehe Anmerkung 12.

imaginären Elite fest, für welche ‚weiß‘ ein Synonym ist“ (Villaveces Niño/Anzola Gil 2005: 5). In der Verneinung jeglicher genealogischer Verbindung mit den Nachkommen von afrokolumbianischen SklavInnen wird gleichzeitig eine imaginäre Nähe zu Europa geschaffen: Die eigene Position wird durch die mit Europa einhergehenden Assoziationen (Modernität, Fortschritt etc.) aufgewertet und deutlich von jener der AfrokolumbianerInnen als eindeutige NichteuropäerInnen abgegrenzt.

Die Ablehnung bestimmter physischer Merkmale und die Aufwertung anderer wird auch in den Schönheitswettbewerben des Landes erkennbar: Dort sind die 81 verschiedenen Ethnien, die im 20. Jahrhundert in Kolumbien im Zuge anthropologischer Studien aufgezeichnet wurden (Villaveces Niño/Anzola Gil 2005: 7), unsichtbar. Unter den Kandidatinnen überwiegen jene Körpermerkmale, die eine kulturelle Nähe zu Europa vermitteln.

Besonders deutlich ist die Unsichtbarkeit der AfrokolumbianerInnen in den Medien zu erkennen. In keiner der für diese Studie herangezogenen nationalen Frauenzeitschriften waren afrokolumbianische Personen in Werbungen für Schönheitsbehandlungen bzw. Schönheitschirurgie abgebildet. Ein Artikel in der meistgelesenen Zeitschrift des Landes *TV y Novelas* führt eine Liste der herausragendsten kolumbianischen Persönlichkeiten des Jahres 2014 an, unter denen sich keine einzige Person mit dunkler Hautfarbe befindet (FTB, 17.12.2014). Auffällig ist auch die Präsenz blonder Frauen in den Werbungen der untersuchten Zeitschriften. Die Dominanz von hellhäutigen, helläugigen, hellhaarigen Personen in den Medien spiegelt ein verzerrtes Bild, das sich nicht mit der Realität vereinbaren lässt. Es wird eine klare Präferenz von „weißer“ Haut und blondem Haar sichtbar, welche sich in den Medien, aber auch in den Schönheitswettbewerben in ähnlicher Art und Weise manifestiert. Werden also „Weißsein“ und die damit verbundenen körperlichen Merkmale als schön bewertet?

Die Präferenz für „weiße“ Körpermerkmale wird im Gespräch mit Alexandra S. besonders deutlich, die sich selbst aufgrund ihrer etwas bräunlichen Hautfarbe als *trigueña* bezeichnet. Auf die Frage, ob sie sich gerne bräune, antwortet sie: „Nein, eigentlich wenig. [...] Ich würde gerne weiß sein, aber da meine Hautfarbe nicht so hell ist, werde ich, wenn ich viel in der Sonne bin, praktisch schwarz. Und ich möchte nicht gern *negrita* [schwarz] aussehen“ (Alexandra S., 20.12.2014). Zu den vorgelegten Modells sagt sie: „Sie stechen heraus wegen der Haare und der Augen. Es sind helle Augen, deswegen fallen sie auf“ (ibid.).

Die Präferenz von heller Haut-, Haar- und Augenfarbe hat sich in meinen Beobachtungen der Mode- und Werbeplakate vor bzw. in den Geschäften der Einkaufszentren *Cafam*, *Gran Estación* und *Hayuelos* in Bogotá bestätigt. An den Regalwänden des sich in letztgenanntem Einkaufszentrum befindenden Supermarkts *Jumbo* sind zahlreiche ausschließlich hellhäutige Personen zu sehen, von denen der Großteil eine helle Augen- und Haarfarbe aufweist; einige davon haben sogar Sommersprossen (FTB, 31.12.2014). Ähnliche Bilder werden auch in den Werbungen in den nationalen Fernsehkanälen verbreitet. Auch hier dominieren hellhäutige Personen mit hellbraunen bzw. blonden Haaren (FTB, 25.12.2014). Das eingeschränkte Angebot an Make-ups in dunklen Brauntönen könnte zum einen auf die Vorliebe für hellere Farbtöne, zum anderen auf eine fehlende Anerkennung der dunkelhäutigen Bevölkerung hindeuten. Eine Mitarbeiterin des Supermarktes *Éxito* im Kaufhaus *Cafam* erklärt, dass es wenig Nachfrage an dunklen Make-up-Tönen gäbe, weil sich Frauen mit dunklerem Hautton nicht schminken würden (FTB, 9.12.2014).

Obwohl für die Mehrheit meiner Interviewpartnerinnen eine sonnengebräunte Haut zum weiblichen Schönheitsideal gehört, stimmen nicht alle darin überein, ihre eigene Haut bräunen lassen zu wollen. „Ich sehe nicht gerne *morena* (braun) aus, ich weiß nicht, mir hat das nie gefallen. Ich bin gerne weiß“, sagt Andrea Carolina F. (18.12.2014), die an ihrem Arbeitsplatz als „sehr weiß“ eingestuft wird. Sie färbt sich die Haare blond, genauso wie Erika Johanna C., die sich ihre Haare zusätzlich jeden Tag glättet, weil sie sonst zu kraus sind: „Ich bin nämlich

kraushaarig ... ich habe Locken. Also glätte ich mir die Haare. Nur manchmal lass‘ ich sie lockig, aber sonst nicht“ (20.12.2014). Für die Mehrheit meiner Interviewpartnerinnen gehört das Haareglätten zur morgendlichen Routine. Verbirgt sich hinter diesen Schönheitspraktiken ein Ideal, das phänotypische Merkmale, die als afrokolumbianisch gelten, möglichst aus dem eigenen Körperbild ausschließt?

In den Bewertungen der Laufstegmodels hat sich gezeigt, dass gebräunte Haut nicht von vornherein negativ bewertet wird. Doch könnte die positive Bewertung von Models mit bräunlicher Hautfarbe auch darauf zurückgeführt werden, dass alle Models von den Interviewten als „europäisch“ identifiziert und insofern von AfrokolumbianerInnen abgegrenzt wurden, da bekannt war, dass es sich um internationale Laufstegmodels handelt. Die persönlichen Meinungen und Wünsche bezüglich des eigenen Aussehens zeigen jedoch, dass eine helle bzw. leicht gebräunte Haut für fast alle als „schön“ gilt, und dass hellere Haare gegenüber dunkleren meist bevorzugt werden. Dass blonde Haare „am beliebtesten“ sind und die Nachfrage danach groß ist, bestätigt mir auch eine Frisörin persönlich (FTB, 7.12.2014).

Durch Schönheitspraktiken wie den regelmäßigen Besuch beim Frisör oder das tägliche Haareglätten können unerwünschte Körpermerkmale in erwünschte Körpereigenschaften verwandelt werden bzw. die erwünschten Körpereigenschaften beibehalten werden, etwa durch dickes Auftragen von Sunblockern. Trotz der offiziellen Bejahung der kulturellen Diversität des Landes nach einer über hundert Jahre anhaltenden Unsichtbarmachung der afrokolumbianischen Bevölkerung seit der Unabhängigkeit des Landes ist von der Diversität an Haut-, Augen- und Haarfarben der „multikulturellen“ Bevölkerung in Werbungen und Zeitschriften wenig zu sehen. Die Ablehnung phänotypischer Eigenschaften, die als *moreno* oder *negro* identifiziert werden könnten, zeugt von der negativen Bewertung der den AfrokolumbianerInnen zugeschriebenen Körpermerkmale und einer allgemeinen Präferenz für Weißsein.

Der Drang nach Verbesserung: Schönheitsoperationen als sozioökonomische Aufstiegschance

„Der Traum der Unterschicht ist es, in Miami zu leben, der Traum der Mittelschicht ist es, in New York zu leben, und jener der Oberschicht in London“ (Helena G., 17.1.2015). Die unterschiedlichen Geschmäcker und Träume der Menschen, die eine meiner Interviewpartnerinnen hier nennt, geben nicht nur ihre jeweiligen unterschiedlichen sozialen Stellungen in dem gesellschaftlichen Gefüge preis, sondern liefern auch Aufschluss über die herrschenden sozialen Hierarchien. In diesem Kapitel soll der Frage nachgegangen werden, welche Unterschiede im Geschmack zwischen Personen verschiedener sozioökonomischer Gesellschaftsschichten deutlich werden.

Von einigen meiner Interviewpartnerinnen wurden Schönheitsoperationen mit dem Wunsch nach „Verbesserung“ assoziiert. Ich möchte daher zeigen, welche Verbesserungen sich Personen mittels eines durch Schönheitsoperationen „verbesserten“ Körpers erhoffen. Nach einer kurzen Beschreibung von Pierre Bourdieus Theorie zu Geschmack als Distinktionsmerkmal werde ich meine empirischen Ergebnisse damit in Beziehung setzen.

In seinem Werk *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft* weitert Bourdieu (1998) den Klassenbegriff aus, indem er ihn von einer ökonomischen Konzeption loslöst und ihm eine soziale, symbolische und vor allem kulturelle Dimension gibt. Geschmack ist ihm zufolge nichts Individuelles, sondern Resultat der jeweiligen spezifischen Existenzbedingungen, die den Habitus einer Person hervorbringen (Bourdieu 1998: 278). Die soziale Herkunft einer Person, nach der sich ihr Habitus ausrichtet, bestimmt maßgeblich ihren Geschmack und damit ihre Zugehörigkeit zu einem gewissen sozialen Feld. Der Habitus

reproduziert gewisse Strukturen, welche sich im Körper, im Wahrnehmen und im Denken der Person verinnerlichen:

„Der Habitus ist nicht nur strukturierende, die Praxis wie deren Wahrnehmung organisierende Struktur, sondern auch strukturierte Struktur: das Prinzip der Teilung in logische Klassen, das der Wahrnehmung der sozialen Welt zugrunde liegt, ist seinerseits Produkt der Verinnerlichung der Teilung in soziale Klassen.“ (ibid.: 279)

Lebensstile werden dem Einteilungsprinzip des Habitus entsprechend wahrgenommen und erzeugen Systeme von gesellschaftlich qualifizierten Eigenschaften, die etwa als „distinguiert“ oder „vulgär“ bewertet werden (ibid.: 281). Die daraus resultierende verinnerlichte Ordnung wird als naturgegebene Ordnung verkannt. Indem Individuen ihre Zugehörigkeit durch ihren Geschmack manifestieren, repräsentieren und reproduzieren sie ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Klasse. Die Differenzen im Geschmack machen sich im Habitus bemerkbar, etwa in Schönheitspraktiken oder in der Bewertung von Aussehen.

Im Geschmack meiner Interviewpersonen zeigen sich Distinktionen auf mehreren Ebenen: Einerseits manifestiert sich darin eine Abgrenzung von der Bevölkerung des „heißeren“ Landesteils (dazu zählen Cali, Medellín, Pereira und die Küstenregionen) und andererseits eine Abgrenzung von Angehörigen jeweils niedrigerer sozioökonomischer Schichten, unter welchen das „kurvige“ Schönheitsideal einer Frau mit vergrößerter Brust und vergrößertem Po dominiert. Dass sich Frauen diese Körperteile operieren lassen wird von meinen Interviewpartnerinnen negativ assoziiert: „Es kommt mir vulgär vor, so, als tendierten sie eher nur dazu, ihren Körper zu verkaufen“ (María Fernanda M., 20.12.2014).

Bourdieu betont, dass sich in der Bewertung von Körpermerkmalen anhand von Klassifikationssystemen eine Abgrenzung der herrschenden Gruppen von den beherrschten Gruppen offenbart (Bourdieu 1998: 311f.). Gegenseitige Bewertungen zweier Gruppen führen also nicht nur zur Abgrenzung voneinander, sondern reproduzieren auch eine bestimmte Hierarchie. Der Körper ist daher ein Indikator für die soziale Stellung einer Person und hat dafür einen symbolischen Charakter. Korrekturen am eigenen Körper sieht Bourdieu demnach als „soziale Markenzeichen, deren Bedeutung und Wert sich aus ihrer Stellung im System der distinktiven Zeichen [...] herleiten“ (ibid.: 310). Indem der Körper gleichzeitig Produzent und Träger von Zeichen ist, manifestiert die Person durch diesen ihre Stellung im sozialen Gefüge (ibid.).

Interpretiert man die Bedeutung von Körperpraktiken und Schönheitsbehandlungen im Bourdieu'schen Sinne, so vermögen Angehörige niedriger sozialer Schichten durch die „Kultivierung“ ihres Körpers – zumindest in symbolischer Hinsicht – aufzusteigen. Welchen Stellenwert die Selbstdarstellung des Körpers letztlich innerhalb einer gesellschaftlichen Klasse hat, richtet sich nach den Möglichkeiten der ökonomischen oder symbolischen Vorteile, die damit verbunden sind (ibid.: 328). Im Folgenden möchte ich anhand der Aussagen meiner Interviewpartnerinnen zeigen, welche Vorteile sich Frauen in Kolumbien durch die Anpassung des weiblichen Körpers an das dominante Schönheitsideal erhoffen.

Die Mehrheit meiner Interviewpersonen glaubt, dass Personen, deren Körper den vorherrschenden Schönheitsidealen entsprechen, bessere Chancen haben, einen Partner oder eine Anstellung zu finden. Diana Catalina F. erklärt, dass mit dem aufblühenden Drogenhandel in den 1980er und 1990er Jahren und dem sich verbreitenden Angebot an Schönheitsoperationen eine neue Möglichkeit für finanziell mittellose Frauen entstanden sei, durch die „Verbesserung“ ihres Körpers an einen reichen Partner zu gelangen. Dies sei in abgeschwächter Form bis heute noch so (Diana Catalina F., 31.12.2014). Weiter erklärt sie, dass ein „schöner“ Körper Voraussetzung für viele gut bezahlte Jobs sei:

„Wo ich arbeite nehmen wir an internationalen Messen teil. Dort gibt es viele Promotionsjobs für Models, die an den Verkaufsständen stehen und die Kataloge herzeigen. Das müssen große schlanke Mädchen sein mit einem guten Körper, hübschem Gesicht und langen Haaren, damit sie auffallen. Diese Mädchen können in einer Woche locker zweieinhalb Millionen Pesos [in etwa 900 Euro] verdienen, also so viel, wie man sonst im Monat verdient. Für sie ist das rentabler, hier sehen sie eine Möglichkeit.“ (Diana Catalina F., 31.12.2014)

Ein durch Schönheitsoperationen „verbesserter“ Körper gewinnt somit an Wert, insbesondere für Menschen der unteren Schichten. Durch die Möglichkeit, den Körper mittels Schönheitsoperationen rasch an das gewünschte Ideal anzupassen, erhoffen sich Personen eine ähnlich rasche Verbesserung ihrer sozioökonomischen Position. Der Körper ist demnach in erster Linie Träger von symbolischem Kapital, aus dem sich Profit schlagen lässt (Bourdieu 1998: 329).

Ein weiterer zentraler Faktor für Schönheitsoperationen ist die Steigerung der Selbstachtung. Erika Johanna C., die sich vor zwei Jahren nach ihren beiden Schwangerschaften für eine Fettabsaugung entschieden hat, bestätigt, dass der chirurgische Eingriff ihrem Selbstwertgefühl geholfen hätte und sie nun glücklich sei, obwohl der Heilungsprozess „traumatisch“ gewesen sei (Erika Johanna C., 20.12.2014). Alexandra S. hat eine Anhebung der Nasenspitze vornehmen lassen, mit deren Resultat sie zufrieden ist, weil diese nun „natürlich“ aussehe. Auf die Frage, ob sie sich noch einmal operieren lassen würde, antwortet sie:

„Ich gehe ins Fitnesscenter und dort sieht man das Stereotyp von Frauen, die ins Fitnesscenter gehen, mit völlig durchtrainiertem Körper, Hintern und Muskeln, und das ärgert mich, und da denke ich manchmal: ‚Wie wär’s, wenn ich mir den Hintern machen lasse?‘ Aber nein, dazu bin ich nicht fähig.“ (Alexandra S., 20.12.2014)

Ihre Aussage deutet auf den Druck hin, der auftaucht, wenn sie sich mit anderen Frauen vergleicht. Der ständige Vergleich unter Frauen, wer am „schönsten“ ist, wird von fast allen meiner Interviewpersonen geäußert. Auf die Frage, ob es unter Frauen einen großen Konkurrenzdruck gäbe, antwortet Andrea Carolina F.:

„Ja, und wie! Den fühle ich sehr stark, mein ganzes Leben schon. Ich war in einem Mädchengymnasium und arbeite in einer Abteilung nur mit Frauen. Und da geht es oft darum, wer die beste ist, wer weiter oben steht oder wer schöner ist, solche Dinge ... wer heraussticht. [...] Es gibt eine, die irrsinnig hergerichtet ins Büro kommt, um aufzufallen, mit Minirock, Ausschnitt und solchen Sachen. Sie versucht, mit den anderen Mädchen wettzueifern. Und das ist immer so, unter Frauen ist es schwer. Unter Männern ist es entspannter. Im Gymnasium ist das genauso.“ (Andrea Carolina F., 20.12.2014)

María Fernanda M. macht den starken sozialen Druck dafür verantwortlich, dass sich in Medellín besonders viele junge Frauen zu Schönheitsoperationen entschließen:

„In Medellín [der zweitgrößten Stadt Kolumbiens, Anm.] zum Beispiel sind alle Mädchen operiert. Warum? Weil sie in einem Umfeld leben, in dem, wenn du nicht operiert bist, nicht hübsch bist, weil du ja keine Brüste oder keinen Hintern hast. Wenn du zum Beispiel sehr dünne Beine hast, bist du nicht hübsch für sie. Aber das heißt nicht, dass du nicht hübsch wärst [...].“ (María Fernanda M., 20.12.2014)

Erika Johanna C. berichtet, dass der gesellschaftliche Druck gestiegen ist. Auf die Frage, ob ein dem Prototyp entsprechendes Aussehen hilft, einen Partner oder einen Job zu finden, antwortet sie: „Heutzutage ist es in dieser Gesellschaft nicht unbedingt ein wichtiger Faktor, aber

es hilft. [...] Früher war das nicht so. Früher haben die Kenntnisse einer Person ausgereicht, und das war's“ (Erika Johanna C., 20.12.2014).

Auch Helena G. konstatiert den gesellschaftlichen Druck, der es notwendig macht, den eigenen Körper dem dominante Schönheitsideal anzugleichen, um an finanzielle Mittel zu kommen und betont, dass dies besonders für die ärmeren Gesellschaftsschichten gilt. Sie erklärt, dass die existenzielle Armut in einigen Landesteilen Frauen dazu treibt, sich operieren zu lassen (Helena G., 17.1.2015).

Einen den Schönheitsidealen angepassten Körper zu haben, stellt somit für Menschen aus unteren Schichten eine Chance dar, in eine höhere sozioökonomische Klasse aufzusteigen. Helena G. führt diese Logik weiter aus: „Die Vorstellung, dass es einem gut geht, dass man einen guten Körper hat, ein hübsches Gesicht, verleitet sie zu der Idee, dass man so aussehen muss, um heiraten zu können, damit es einem gut geht und man gut leben kann“ (Helena G., 17.1.2015). Schönheitsoperationen spiegeln folglich den unsicheren Status und die unsichere Existenz einer Person mit wenigen Ressourcen wider, die sich vor allem eine Verbesserung ihrer Lebenssituation erhofft. Die Vorstellung eines besseren Lebens mittels eines „verbesserten“ Körpers macht Schönheitsoperationen zu einer weitverbreiteten Technologie, deren Popularität auch auf die Armut und fehlende Arbeits- und Bildungsmöglichkeiten mittelloser Menschen zurückgeführt werden kann.

Aus den durchgeführten Interviews geht hervor, dass Schönheitsoperationen bei Frauen direkt mit der sozioökonomischen Position, dem Bildungsniveau und dem Selbstwert einer Person verbunden ist und als Möglichkeit gesehen wird, mithilfe des Körpers materielles und soziales Kapital anzuhäufen. Dies gilt – aus Sicht der Angehörigen der Mittelschicht – insbesondere für jene, die aufgrund ihrer sozioökonomischen Position im Gesellschaftsgefüge keine andere Möglichkeit dazu sehen. Das Streben nach einem Leben in Überfluss hat sich mit dem aufblühenden Drogenhandel verstärkt, da dieser neue Möglichkeiten eröffnete, ökonomisches Kapital anzuhäufen. Die Vorstellung, schnell an finanzielles, partnerschaftliches oder inneres „Glück“ zu kommen, wurde durch neoliberale Finanzierungssysteme zusätzlich verstärkt. So kann beispielsweise im Fall der Schönheitsklinik *Rada Cassab®* für die gewünschte Behandlung ein „Kredit für die Schönheit“ aufgenommen werden, der auf Wunsch der Kundin innerhalb von bis zu vier Jahren zurückgezahlt werden kann (*Rada Cassab® Medicina Estética* 2015). Der Schönheitschirurg Mauricio Linares Garzón bietet die Möglichkeit, den Kredit für den gewünschten schönheitschirurgischen Eingriff in 48 Monatsraten zu tilgen (Mauricio Linares Garzón 2015). Individuelle Finanzierungspläne wie diese machen es nicht nur Angehörigen der Mittelschicht, sondern auch Personen aus unteren Gesellschaftsschichten mit geringem Einkommen möglich, Schönheitsbehandlungen in Anspruch zu nehmen. Eine Fettabsaugung, welche von zertifizierten Ärzten um 4,500.000 kolumbianische Pesos (1.700 Euro) angeboten wird, wäre bei einer Zahlung in 48 Monatsraten um 35 Euro pro Monat möglich. Hierbei ist anzumerken, dass praktizierende SchönheitschirurgInnen, die zu ihrer Tätigkeit nicht angemessen ausgebildet sind, zu weit niedrigeren Preisen Kundinnen anlocken, wobei die Substanzen, die sie einsetzen, oftmals gesundheitsschädlich sind.

Die Werbungen für ästhetische Chirurgie in den für diese Forschungsarbeit ausgewählten Frauenzeitschriften zeugen von vielversprechenden Angeboten, welche „sofortige Ergebnisse“ versprechen und ihre Eingriffe als Mittel zur Steigerung des inneren Wohlbefindens anpreisen. Darin wird die Notwendigkeit eines „jugendlichen, makellosen“ körperlichen Aussehens betont. Den eigenen Körper „zu verbessern“, um am heftigen Wettbewerb um ökonomische Ressourcen und soziales Ansehen teilzunehmen, wird durch neue medizinische Technologien und Finanzierungsmöglichkeiten zunehmend auch Personen mit geringen ökonomischen Mitteln ermöglicht. Schönheitsoperationen stellen demnach eine Möglichkeit der sozialen Mobilität dar, die von vielen Frauen genutzt wird.

Conclusio

Aufgrund der gesammelten Beobachtungs-, Medien-, Interview- und Gesprächsdaten hat sich gezeigt, dass die in der kolumbianischen Öffentlichkeit angepriesenen Frauenkörper mehr vermitteln als nur ein „attraktives“ Aussehen. In ihnen zeichnen sich Strukturen ab, die auf die herrschenden Dominanzverhältnisse hinweisen. Diese lassen sich in der Bewertung von Körpermerkmalen erkennen, anhand welcher nicht nur die ethnische Zugehörigkeit einer Person, sondern auch ihre soziale Klassenzugehörigkeit eingeschrieben wird. Dass Körper nicht nur biologische, sondern vor allem soziokulturelle Tatsachen sind und von den Strukturen hierarchischer sozialer Ordnungen geformt werden, habe ich anhand von drei Bereichen aufzuzeigen versucht: dem Bereich der Schönheitswettbewerbe, in denen nationale Zugehörigkeiten geschaffen und von Frauen verkörpert werden, dem Bereich der Medien, in denen „weiße“ Frauen dominieren, und dem Bereich der Schönheit Chirurgie, welche Instrumente für die Anpassung von weiblichen Körpern an die herrschenden Schönheitsnormen liefert.

Durch Hinzuziehen der Theorien von Pierre Bourdieu hinsichtlich des Geschmacks und der Kapitalformen hat sich gezeigt, dass sich junge Frauen aus der Mittelschicht in Bogotá von jenen Frauen, die dem „unnatürlichen“ Schönheitsideal der Gesellschaft entsprechen wollen, durch ihren Geschmack abheben, indem sie ihnen einen niedrigeren sozioökonomischen Status zuschreiben. Die allgemein feststellbare Präferenz von sogenannten „weißen“ Körpermerkmalen kann als weitere Form der rassistischen Abgrenzung verstanden werden. Dass die Idee von „weiblicher Schönheit“ mit den Ideen von „nationalem Fortschritt“, „weißer Identität“ und Wohlstand verbunden ist, zeigt sich in den in der Öffentlichkeit vorherrschenden Bildern erfolgreicher und glücklicher Frauen, welche den Anschein erwecken, dass „gutes“ körperliches Aussehen zu einem glücklichen Leben führen könne. In einem Land, in dem über ein Drittel der Bevölkerung in Armut lebt und Wohlstand ein den privilegierten Schichten vorbehaltenes Gut ist, stellt der Körper eine Form von Kapital dar, mithilfe dessen ein besseres Leben ermöglicht werden kann. Der Körper wird somit zur Ressource für die Erlangung von symbolischem Kapital, welches in ökonomisches, soziales und kulturelles Kapital umgewandelt werden kann.

Die Ergebnisse meiner empirischen Forschung beantworten einige Fragen, werfen aber andere auf. Es gilt zu untersuchen, ob und wie Frauen mittels ihrer Körperpraktiken gegen die herrschenden Hierarchien ankämpfen. Felder des antihegemonialen und antirassistischen Kampfes stellen beispielsweise die von AfrokolumbianerInnen ins Leben gerufenen Foren, Modezeitschriften, Frisörsalons und der eigens organisierte Schönheitswettbewerb „Miss Afrocolombia“ dar, in denen die in der Öffentlichkeit vorherrschenden Schönheitsnormen hinterfragt und erweitert werden. Ebenso werden durch diese Felder alternative Möglichkeiten der Sichtbarmachung von AfrokolumbianerInnen durch Selbstrepräsentation geschaffen. Sie bieten neue Möglichkeiten, die herrschenden Schönheitsnormen neu auszuhandeln und die eigene ethnische und nationale Zugehörigkeit zu stärken.

Umfangreichere Untersuchungen mit einer größeren Anzahl von Interviewpartnerinnen mit einer jeweils einheitlichen Klassenzugehörigkeit und einer einheitlichen ethnischen Zugehörigkeit könnten Aufschluss über gruppenspezifische Präferenzen geben. Diese Daten könnten weitere Hinweise dazu liefern, wie die herrschende soziale Ordnung von Angehörigen unterschiedlicher Ethnien und Klassen in Kolumbien verinnerlicht wird. Zu diesen Forschungen kann der vorliegende Beitrag erste Anregungen liefern.

Quellenverzeichnis

Print- und Internetquellen

- Álvarez, María Alejandra, John Alexánder Castañeda y Diego Alejandro Guerrero. 2012. Las Clases Sociales Tienen Color de Piel. In: De impacto 121, 15.5.2012. Cali.
WWW: <http://campus.univalle.edu.co/2012/mayo/edicion121/edicion121.php>. Zugriff: 12.7.2015.
- Bolívar Ramírez, Ingrid Johanna. 2007. Reinados de Belleza y Nacionalización de las Sociedades Latinoamericanas. In: Iconos. Revista de Ciencias Sociales 28, pp. 71-80.
- Bourdieu, Pierre. 1998 [1987]. Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre. 2010. Ökonomisches Kapital, Kulturelles Kapital, Soziales Kapital. In: Kimmich, Dorothee, Schamma Schahadat und Thomas Hauschild (Hg.). Kulturtheorie. Bielefeld: Transcript, pp. 271-288.
- CNB [Concurso Nacional de Belleza]. 2015. ¿Qué es CNB?/¿Para qué una reina? WWW: <http://www.srtacolombia.org/m/quienes-somos.php?s=Que-es-CNB>. Zugriff: 12.7.2015.
- DANE. 2005. La Visibilización Estadística de los Grupos Étnicos Colombianos. Bogotá. WWW: http://www.dane.gov.co/files/censo2005/etnia/sys/visibilidad_estadistica_etnicos.pdf. Zugriff: 12.7.2015.
- DANE. 2010. Boletín Censo General 2005. WWW: https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/00000T7T000.PDF. Zugriff: 12.7.2015.
- DANE. 2014. Pobreza Monetaria. Resultados Año Móvil Julio 2013-Junio2014. WWW: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/pres_pobreza_mon_jul13_jun14.pdf. Zugriff: 12.7.2015.
- Darity, William A., Jason Dietrich and Darrick Hamilton. 2005. Bleach in the Rainbow. Latin Ethnicity and Preference for Whiteness. In: Transforming Anthropology 13 (2), pp. 103-109.
- Hall, Ronald. 2013. The Idealization of Light Skin as Vehicle of Social Pathogen vis-à-vis Bleaching Syndrome. Implications of Globalization for Human Behavior. In: Journal of Human Behavior in the Social Environment 23 (4), pp. 552-560.
- ISAPS. 2013. ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed in 2013. WWW: <http://www.isaps.org/Media/Default/global-statistics/2014%20ISAPS%20Global%20Stat%20Results.pdf>. Zugriff: 12.7.2015.
- Mauricio Linares Garzón. 2015. Financiación. WWW: <http://www.mauriciolinares.com/liposuccion/>. Zugriff: 12.7.2015.
- Millán Valencia, Alejandro. 2015. Colombia: el País de la Nueva Miss Universo y los Miles de Reinados. In: BBC Mundo, 26.1.2015.

- WWW:
http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2015/01/150126_sociedad_reinados_colombia_amv. Zugriff: 12.7.2015.
- Paschel, Tianna. 2013. "The Beautiful Faces of my Black People". *Race, Ethnicity and the Politics of Colombia's 2005 Census*. In: *Ethnic and Racial Studies* 36 (10), pp. 1544-1563.
- PNUD. 2010. *Situación Socioeconómica de la Población Afrocolombiana en el Marco de los Objetivos de Desarrollo del Milenio*.
WWW:
http://www.afrodescendientes-undp.org/FCKeditor_files/File/AFRO_COLOMBIA.pdf. Zugriff: 12.7.2015.
- Rada Cassab@ Medicina Estética. 2015. *Financiación*.
WWW: <http://radacassab.com/financiacion.html>. Zugriff: 12.7.2015.
- Uribe-Mallarino, Consuelo. 2008. *Estratificación social en Bogotá. De la Política Pública a la Dinámica de la Segregación Social*. In: *universitas humanística* 65, pp. 139-171.
WWW:
<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/2245/1512>.
Zugriff: 12.7.2015.
- Villaveces Niño, Juanita y Marcela Anzola Gil. 2005. *Anotaciones Sobre Cultura en Colombia*. In: *Borradores de Investigación* 81, pp. 1-22.
WWW: <http://www.urosario.edu.co/economia/documentos/pdf/bi81.pdf>.
Zugriff: 12.7.2015.
- Wade, Peter. 1989. *Black Culture and Social Inequality in Colombia*. Kent: Institute for Cultural Research.
- Wade, Peter. 2012. *Skin colour and Race as Analytic Concepts*. In: *Ethnic and Racial Studies* 35 (7), pp. 1169-1173.
- Wallace, Arturo. 2015. *Miss Tanguita: el concurso con el que Colombia tardó más de 20 años en indignarse*. In: *BBC Mundo*, 14.1.2015.
WWW:
http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2015/01/150114_miss_tanguita_colombia_polemica_aw. Zugriff: 12.7.2015.

Internetquellen ohne AutorIn

URL 1

WWW: <http://www.eltiempo.com/politica/gobierno/santos-asegura-que-ganar-miss-universo-es-motivo-de-orgullo-nacional/15149117>. Zugriff: 12.7.2015.

URL 2

WWW: <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/gente/que-gana-colombia-con-tener-la-mujer-mas-bella-del-universo/15155335>. Zugriff: 12.7.2015.

URL 3

WWW: <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/gente/colombia-miss-universo-que-gana-y-cuales-son-las-funciones-de-la-nueva-miss-universo/15148698>. Zugriff: 12.7.2015.

URL 4

WWW: <http://www.paginasamarillas.com.co/busqueda/cirugia+estetica-bogota?home=100697&isPoi=False>. Zugriff: 12.7.2015

URL 5

WWW: <https://www.youtube.com/watch?v=PY4uf49dMqg>. Zugriff: 12.7.2015

Interviews

Andrea Carolina, F., 23 Jahre, Bogotá, 18.12.2014, 50:02 Minuten

Alexandra, S., 27 Jahre, Bogotá, 20.12.2014, 17:13 Minuten

Erika Johanna, C., 27 Jahre, Bogotá, 20.12.2014, 22:41 Minuten

María Fernanda, M., 27 Jahre, Bogotá, 20.12.2014, 35:41 Minuten

Diana Catalina, F., 26 Jahre, Bogotá, 31.12.2014, 40:22 Minuten

Helena, G., 30 Jahre, Wien, 17.01.2015, 1:32:16 Stunden

Informelle Gespräche

Andrea Carolina F., 23 Jahre, Diego Alejandro F., 29 Jahre, Nelson T., 25 Jahre, Bogotá, 5.12.2014, FTB Seite 140

Andrea Carolina F., 23 Jahre, Diego Alejandro F., 29 Jahre, Nelson T., 25 Jahre, Bogotá, 6.12.2014, FTB Seite 141

Frisörin (o.N.), Bogotá, 7.12.2014, FTB Seite 146

Andrea Carolina F., 23 Jahre, Diego Alejandro F., 29 Jahre, Gladys M., 57 Jahre, Nelson T., 25 Jahre, Bogotá, 8.12.2014, FTB Seite 143, 145

Verkäuferin bei Éxito (o.N.), Bogotá, 9.12.2014, FTB Seite 150f.

Andrea Carolina F., 23 Jahre, Bogotá, 10.12.2014, FTB Seite 152f.

Diego Alejandro F., 29 Jahre, Gladys M., 57 Jahre, 12.12.2014, FTB Seite 154f.

Verkäuferin bei Falabella (o.N.), Bogotá, 12.12.2014, FTB Seite 156

Nelson T., 25 Jahre, Bogotá, 13.12.2014, FTB Seite 158

Nelson T., 25 Jahre, Andrea Carolina F., 23 Jahre, Bogotá, 27.12.2014, FTB Seite 212f.

Feldtagebuch

Seite 1-102: Wien, 4.11.2014-30.11.2014

Seite 103-138: Wien, 26.1.2015-3.2.2015

Seite 139-156: Bogotá, 5.12.2014-12.12.2014

Seite 157-162: Quindío, 13.12.2014-16.12.2014

Seite 163-222: Bogotá, 17.12.2014-1.1.2015