

Küche und Essverhalten als  
Identitätsmarker in Zeiten der  
kulturellen Globalisierung in Costa  
Rica

Mona Nikolić

# Kulturelle Globalisierung

- Phase der Globalisierung
- Gekennzeichnet durch Massenmigration, Massentourismus, Expatriates, die Herausforderungen der Eingliederung in den Weltmarkt und des Nation Building
- Global zu beobachten ist in dieser Phase das Wiederaufleben und die wachsende Bedeutung des Lokalen (vgl. Wilk 2006:25)

# Identität

- Situatives Projekt, in Relation zu „Anderen“
- Orientierung an Fremdbildern
- Identitätskonzepte werden erst durch Internalisierung durch die lokalen Akteure zu Identitäten (vgl. Castells 1999:6-9)
- Durch sprachliche und nicht-sprachliche Mittel inkorporiert, konstruiert und zum Ausdruck gebracht

# Konsum und Identitäten

- Geschmack als Entscheidungskriterium, über welches Konsumgüter zu distinkten und distinktiven Zeichen werden (Bourdieu 2007:285)
- Konsumgüter als Repräsentationen bestimmter Werte oder Vorbilder; aktive Identitätskonstruktion über den Konsum bestimmter Waren (Falk 1994:129)
- Essen als „ultimate ‚consumable‘ commodity“ (Lupton 1996: 23)

# Konsum und Identitäten in Costa Rica

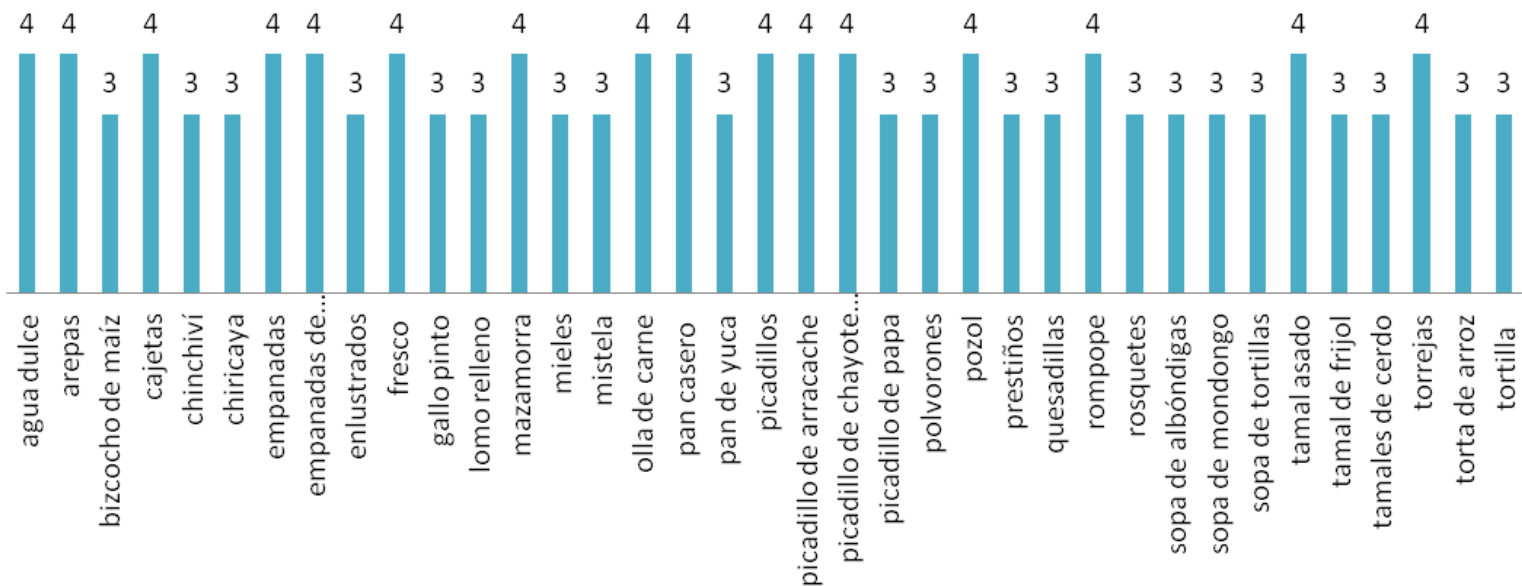
## Das neue Konzept der costaricanischen Nationalidentität

- Nationale Identität und Kultur als aus zahlreichen verschiedenen kulturellen Strömungen entstanden
- Costa Rica als kulturell heterogene Nation
- Costa Rica als Land Zentralamerikas

## Das neue Konzept der costaricanischen Nationalküche

- Nationalküche als ‚Cocina Criolla Costarricense‘
- Bezug zu autochthonen kulinarischen Kulturen Mesoamerikas
- Nationalgerichte: Gallo Pinto, Olla de Carne, Tamales, Tortillas, Chorreadas, Arroz con Leche, Picadillos
- Unterscheidung der Regionalküchen

## Descripción de la Cocina del Valle Central en el Contexto Académico: Comidas y Bebidas



Beschreibung der Küche(n) des Valle Central bei Yanori Álvarez Masís (2007), Giselle Chang Vargas (2001a,b), Marjorie Ross González (2001) y Patricia Sedó Masís 2008b; enumeraciones múltiples ( $\geq 3$ ), elaboración propia, 2013

# Konsum und Identitäten in Costa Rica: Die Rolle transnationaler Einflüsse

- Bedeutende Rolle des Konsumverhaltens als Marker sozialer Unterschiede in der Vergangenheit (Molina Jiménez 2008; Vega Jiménez 1991)
- Über den Konsum von Importwaren wird der eigene ‚moderne‘ Lebensstil ausgedrückt (Molina Jiménez 2008:97f.)

“Somos muy permeables,  
somos muy acostumbrados a  
verlo de afuera como bueno y  
lo interno como no tan bueno.  
Aquí le decimos ‘polo’. ‘¡Qué  
polada!’”. (Gerado,  
Nutricionista, INA, Febrero  
2011).



# Tourismus und lokale kulinarische Kultur

- Beitrag zur kulturellen Homogenisierung vs. Möglichkeit zur Kommerzialisierung der eigenen Kultur als Gewinn für die lokale Bevölkerung (Coleman und Crang 2002; Howes 2000; Richards 2002; Torres 2002)
- Entstehen einer „neuen“ lokalen kulinarischen Kultur durch Aushandlung der touristischen Fremdbilder, Tourist Gaze (vgl. Urry 1990/2002; Wilk 2006)

# Methodisches Vorgehen

- Untersuchung des Konzeptes der costaricanischen Nationalküche in aktuellen wissenschaftlichen Publikationen, Kochbüchern und Reiseführern
- Feldforschung: Teilnehmende Beobachtung, halbstrukturierte Interviews, Free-Listing, Pile-Sorts
- Fokus: Gastfamilien, Sprachschüler

# Heredia

- Provinzhauptstadt im Valle Central
- 123.255 Einwohner (INEC 2011)
- ca. 11 km von San José entfernt
- Früher: durch Kaffeeproduktion geprägt, heute durch transnationale Einflüsse
- Forschungskontext: Gastfamilien



# Konsumverhalten und soziale Distinktion in den Gastfamilien

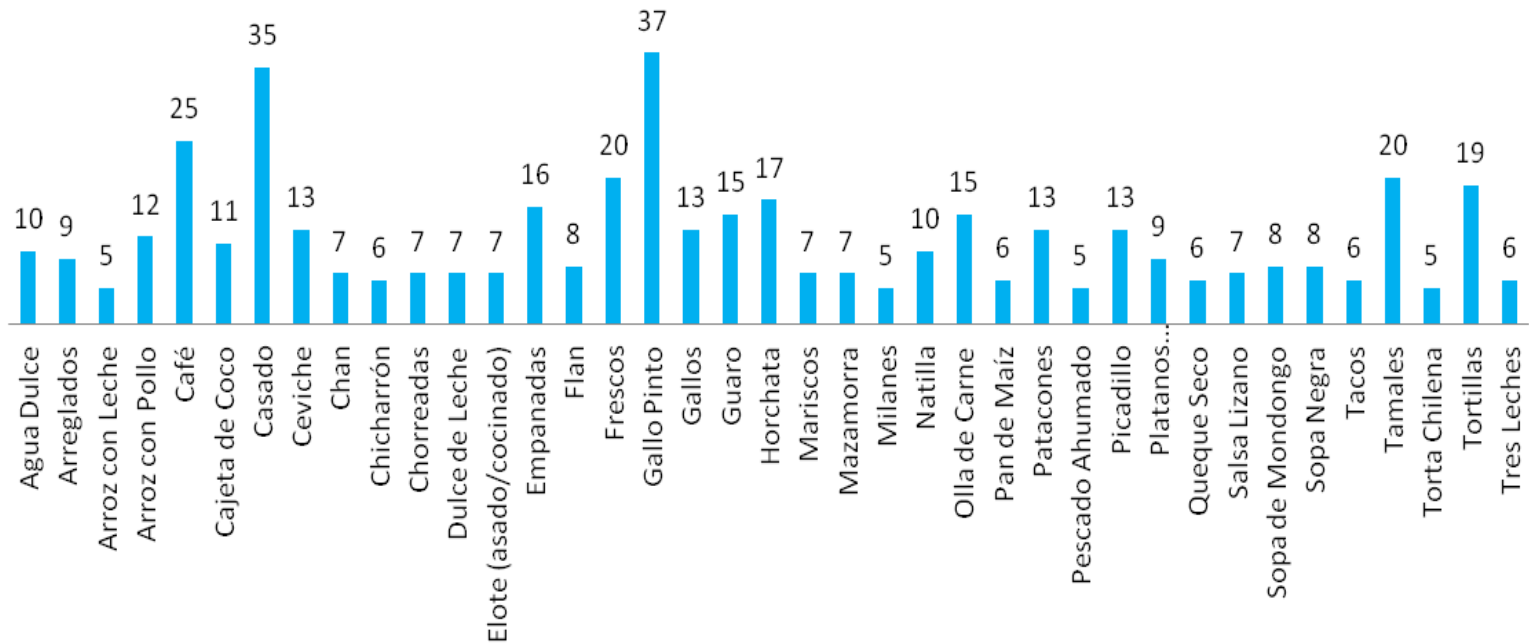
- „Por ejemplo en esta casa, no somos ricos, pero no somos pobres. Los pobres comen mucho esto, porque es barato, pero no es tan saludable para comer. En esta casa nunca se come gato” (Doña Sofía, Enero 2011)



# Darstellung der eigenen Identität als ,costa-ricanisch‘ im Kontext des Tourismus

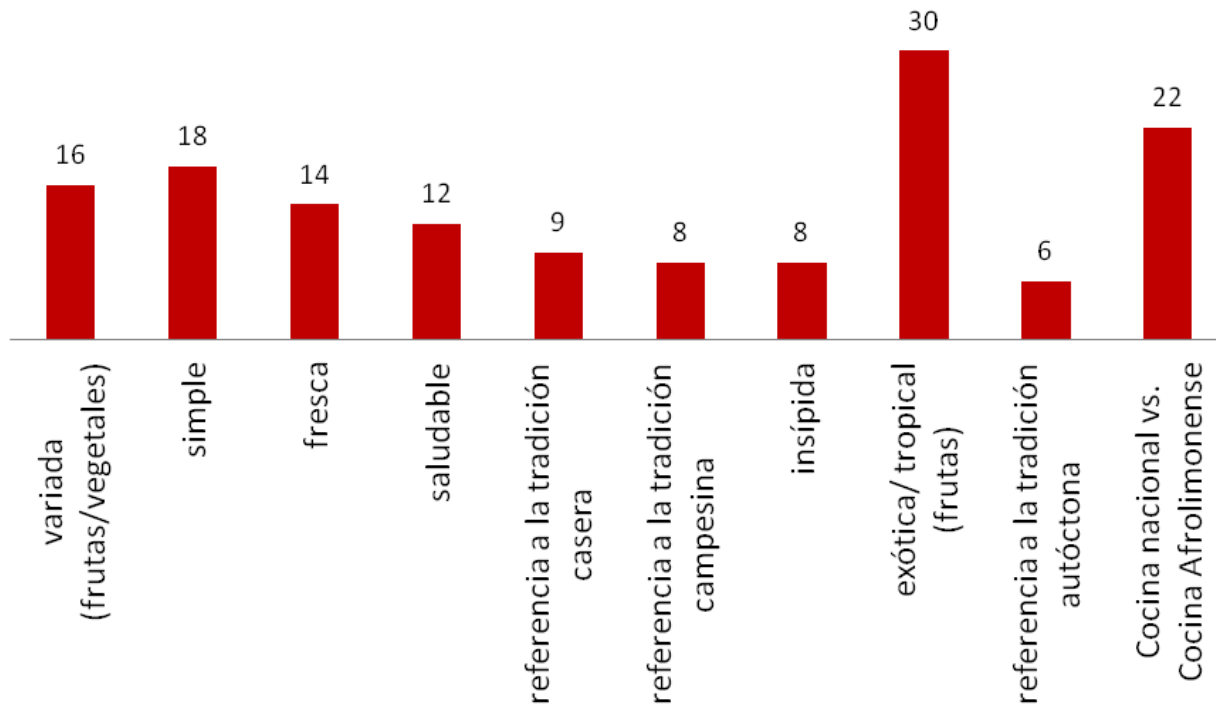
„Porque no da gracia, que vengan y uno les de un, un McDonald’s, no les gusta. Ves, entonces mejor lo típico. La comida más que les gusta es la más típica.” (Beatrice, Enero 2011)

## Descripción de la Cocina Costarricense en guías turísticas: Comidas y Bebidas



**Comidas y bebidas de la cocina costarricense nombradas en 45 guías turísticas con un número de mención mínima de 5**

## Descripción de la Cocina Costarricense en guías turísticas



Descripción de la cocina costarricense en 45 guías turísticas

# Wahrnehmung der ‚costa-ricanischen‘ Küche durch die Sprachschüler

- „Exotic. With a lot of fresh fruit; rice and beans are a typical food. It is not too heavy on herbs and spices. Very natural” (Marc, Diciembre, 2010)
- „I prefer healthy food, a lot of fresh fruit and vegetables, so it’s pretty much what I get here” (Monica, Enero 2011)



# Wandel der Einstellung gegenüber der costa-ricanischen Küche in den Gastfamilien

„A mi me contaba una muchacha - está viviendo en los Estados Unidos- y dice, cuando vino, hace un tiempo y vio las papayas aquí en la feria: ‘¿Cómo es ese precio, cuando allá un pedacito de esta papaya así vale no sé cuanto?’. [...] Y aquí, como lo tenemos, no lo valoramos, verdad? Así somos.” (Yanori, Enero 2011)

# Konstruktion einer ‚costa-ricanischen‘ Küche in den Gastfamilien

- Partieller Rückgriff auf Gerichte und Zubereitungsweisen der lokalen kulinarischen Tradition



# Konstruktion einer ‚costa-ricanischen‘ Küche in den Gastfamilien

- Kreation und Integration neuer ‚costa-ricanischer‘ Gerichte
- “Ah sí, yo les pongo otras cosas, les hago pastel de yuca, pero la yuca es de Costa Rica” (Noelia, Enero 2011)

# Konstruktion einer ‚costa-ricanischen‘ Küche in den Gastfamilien

## **Free-Listing: Roxana (Diciembre, 2010)**

- Crema de ayote
- Crema de espinacas
- Guiso de ayote
- Pastel de yuca
- Pan casero
- Picadillo de chayote; de flor de itabo; de papaya; de vainicas
- Sopa de garbanzos; de frijoles blancos; de lentejas
- Tamal
- Tamal asado

## **Free-Listing: Doña Ceci (Diciembre, 2010)**

- Arroz
- Café
- Frijoles
- Frutas
- Gallo Pinto
- Olla de Carne
- Picadillos; Picadillo de Tacaco
- Sopa Negra
- Tamales

# Schlussbemerkungen

- Konsumverhalten und Küche sind wichtige Identitätsmarker
- Die Rolle des Konsumverhaltens als Marker sozialer Unterschiede und die Rolle von ausländischen Produkten als Repräsentationen eines ersehnten ‚modernen‘ Lebensstils kann zum Verlust der lokalen kulinarischen Kultur führen.
- Der kulturelle Tourismus führt zu einer höheren Wertschätzung der lokalen kulinarischen Kultur sowie einen Wandel in der Wahrnehmung des ‚modernen‘ Lebensstils.
- Im transnationalen Kontext des Tourismus erfolgt eine Konstruktion einer costa-ricanischen Küche, die es den Gastfamilien ermöglicht, sich selbst als ‚costa-ricanisch‘ zu präsentieren aber gleichzeitig die sozialen Unterschiede aufrechtzuerhalten.

Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!