

V sección: El arte y el teatro: sus diversas posibilidades de análisis

Construyendo cocinas – expresando identidades: Construcción de identidad y cocina entre familias de hospedaje costarricenses

Mona Nikolić
mona.nikolic@web.de

Recibido: 26 de agosto de 2014

Aceptado: 30 de setiembre de 2014

Resumen

Este artículo investiga las cocinas y hábitos alimenticios como marcadores de identidades nacionales y sociales, en un contexto local caracterizado por impactos transnacionales.

Recurriendo a mi trabajo de campo realizado en Costa Rica en 2010/11 tematizo la construcción de identidades y cocinas en familias de hospedaje costarricenses. Mostraré que en este contexto la construcción de la propia cocina ocurre bajo la negociación de imágenes externas y está guiada por el reto de presentarse como Costarricense y de mantener la distinción social.

Palabras claves: relaciones transnacionales, construcción de identidades, cocina nacional, turismo, distinción social

Abstract

This paper examines cuisine and eating habits as markers of national and social identities in a local context characterized by transnational influences.

Drawing on results of my fieldwork conducted in Costa Rica in 2010/11 I will illustrate the construction of identities and cuisines in Costa Rican host families. I will show that in this context, the construction of the 'own' cuisine takes place by negotiating external images and is guided by the aim to present oneself as Costa Rican while at the same time maintaining the social distinction.

Keywords: transnational relations, construction of identities, national cuisine, tourism, social distinction



Introducción

En el marco de debates sobre la globalización y la cultura del consumo, se expresa frecuentemente el miedo a una homogeneización cultural. Estas inquietudes se manifiestan sobre todo con respecto a la comida y a la nutrición, y se toma a la omnipresencia global de las cadenas transnacionales de comidas rápidas como ejemplo de esta homogeneización y la pérdida de las culturas culinarias locales. Pese a este miedo común, se ha mostrado en estudios de la globalización cultural¹, que dicho periodo de la globalización está caracterizado por una diversidad cultural local y una creciente preocupación por las culturas locales.

Esta preocupación por la cultura local y por la cultura culinaria en particular se nota también en Costa Rica, donde el tema de la cocina nacional ganó cada vez más importancia en los últimos años, frente a una creciente transnacionalización del consumo. En el centro de los discursos actuales de la cocina nacional costarricense está el miedo de perder la propia cocina, y junto a esta, la salud así como la propia cultura e identidad. Por lo tanto, sobre todo en el ámbito académico, político y turístico, nació un interés en el rescate de la cocina nacional. Se iniciaron una serie de proyectos de rescate² y los libros de recetas resultantes de estos esfuerzos de recopilación también dan cuenta de los conceptos institucionales de cocina e identidad nacional.

En cuanto al éxito de los proyectos de rescate y los conceptos institucionales de cocina e identidad nacional, sin embargo, no se puede pasar por alto el rol de los hábitos de consumo como marcadores de diferencias intranacionales y la relevancia de las relaciones y productos transnacionales en la construcción y expresión de identidades.

¹ El término 'globalización cultural' se usa aquí siguiendo la definición de Richard Wilk, para distinguir el periodo temporal de la globalización que es marcado por la migración de masas, el turismo de masas, así como por los desafíos de la integración al mercado mundial y del 'nation building' (Wilk, 2006, p. 25).

² Un ejemplo son los Certámenes de Comidas y Bebidas Tradicionales realizados desde el año 2001 por el Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural.



Recurriendo a resultados de mi trabajo de campo realizado en Costa Rica en 2010 a 2011, en este artículo tematizo la construcción de identidades y cocinas entre familias costarricenses de clase media que dan hospedaje a turistas internacionales. Mostraré que las construcciones de las propias cocinas cumplen con los retos de las familias tanto de presentarse como Costarricenses como de mantener la distinción social.

Antes de entrar en la discusión de la construcción de cocinas e identidades en familias de hospedaje costarricenses, expondré a grandes rasgos el marco teórico en que se basa mi discusión.

Consumo e identidades

Tomando una perspectiva socialconstructivista, percibo a la identidad como proceso intercalado en un contexto de prácticas sociales y discursivas, como proceso continuo y relacional en lo que los actores sociales activamente construyen categorías de un 'yo' o también un 'nosotros' y un 'otro'. En este proceso de construcción de identidades, las imágenes externas forman un marco de orientación sustancial (Cornell y Hartmann, 2007, p. 84; Sandoval García, 2004, pp. 4-12). En cuanto a la transformación de imágenes externas en identidades, es importante recordar que los conceptos de identidades solamente se transforman en identidades cuando los actores sociales los internalizan (Castells, 1999, pp. 7-9). Con respecto a mi tema de investigación, además es esencial de tener en cuenta que identidades son construidas, expresadas e incorporadas por medio de una serie de medidas tanto discursivas como prácticas. Una forma de expresar e incorporar identidades es por medio del consumo. Entre los hábitos de consumo, los hábitos alimenticios y la cocina ocupan un lugar especial, vinculando lo físico con lo político, económico, social y cultural. La cocina, según Eva Barlösius, puede entenderse como código cultural complejo que contiene las instrucciones para el sabor, la combinación de alimentos, y la manera en que comerlos (Barlösius, 1999, p. 123). Estas instrucciones, al garantizar la uniformidad del sabor de una cocina, hacen que las cocinas, más que cualquier otro producto cultural evocan sentimientos de comunidad



o extrañeza, y por ello, sirven tanto para fundar comunidades como para separarlas (Barlösius, 1999, 123).

El rol de los hábitos de consumo y de las cocinas como marcadores de identidades se debe a la función del gusto como criterio de distinción, tematizada por Pierre Bourdieu en su teoría del hábitus. El gusto es el operador por medio del cuál las prácticas y bienes se transforman en signos distintivos, y como tales en expresiones de posiciones sociales (Bourdieu, 2007, p. 284). Por ello, el gusto posibilita la diferenciación de diferentes posiciones sociales mediante las preferencias, o sea mediante los productos consumidos por los actores sociales (Bourdieu, 2007, p. 104). Del mismo modo, las mercancías, como representaciones de modelos apreciados o valores, obtienen una función comunicativa en la competencia social, por lo que autores como Pasi Falk les otorgan un papel central en el acto de la construcción y expresión de identidades (Falk, 1994, p. 129). La comida, según Deborah Lupton, es la mercancía consumible perfecta, porque permite la incorporación completa de los valores externos (Lupton, 1996, p. 22).

Un campo en que las mercancías y las comidas son tanto representaciones del 'otro' de valores externos como del 'propio' es en el ámbito del turismo.

Turismo y cultura local

Parecido al miedo a una homogeneización cultural expresado en los debates de globalización, el turismo es muchas veces considerado como un impacto nocivo, destruyendo las culturas locales. No se puede negar, sin embargo, que también presenta una posibilidad a los actores locales de aprovechar económicamente de sus propias tradiciones y sus conocimientos culturales (Howes, 2000, p. 2, 12-13). Por otro lado, hay que tomar en cuenta que las tradiciones locales comercializadas en el contexto del turismo muchas veces son tradiciones inventadas en el curso del desarrollo turístico de una región. Una razón para esta invención es la importancia de lo que John Urry denomina el 'Tourist Gaze', la mirada turística: Para que una experiencia cultural sea considerada como una experiencia valiosa por parte de los turistas, la experiencia tiene que ser conforme a lo que ellos esperaron encontrar



(Urry, 2002, p. 59, Urry, 1990, pp. 26-27). En Costa Rica, el turismo es actualmente un suministrador de divisas importante. En el 2010, 2.099.829 turistas entraron al país, generando 1.983,02 millones de dólares. De estas turistas, 1.005.309 personas provinieron de América del Norte, un 83% de ellos de los Estados Unidos (ICT, 2011a, p. 2-3; ICT, 2011b, p. 3).

El impacto de esta influencia transnacional en la cultura culinaria local y la construcción de identidades es el tema de mi investigación.

El proceder metódico

Presentaré aquí resultados que provienen de las investigaciones que realicé en relación con mi tesis doctoral tratando el tema del impacto de la globalización cultural en los hábitos alimenticios y la cocina nacional costarricense. El proceder metódico consistió tanto en un análisis de la representación de la cocina nacional costarricense en libros de cocina, publicaciones académicas y guías turísticas como también en el trabajo de campo. En el trabajo de campo, la recopilación de datos se basó en técnicas cualitativas de investigación, y sobre todo en la combinación de la observación participante y las entrevistas de forma semi-estructurada, complementadas por las técnicas del free-listing y del pile-sorting. Los resultados presentados aquí provienen de mi trabajo de campo realizado en la ciudad de Heredia de septiembre del 2010 hasta febrero del 2011. La ciudad de Heredia, capital de la provincia del mismo nombre, está ubicada a unos 12 kilómetros de San José, en el Valle Central costarricense. Según datos del último censo, el cantón Heredia cuenta con un número de 123.616 habitantes (INEC, 2011). Heredia hoy día es una ciudad muy marcada por las influencias de la globalización cultural. Entrando a la ciudad, uno pasa por los restaurantes de las grandes cadenas transnacionales de comidas rápidas que dan cuenta del gran impacto de esta influencia transnacional en la vida cotidiana de la población local. Otro impacto transnacional importante es el turismo. En mi investigación me concentré en el turismo educacional y cultural, y en el grupo de los estudiantes de español³ en específico.

³ Aquí es importante recordar que se trata de un grupo de ‘turistas’ que son interesados en la cultura así como en el turismo sostenible y ambiental.



Trabajé con dos escuelas de lenguaje que facilitan a sus estudiantes extranjeros hospedaje en familias costarricenses. Entre las familias de hospedaje, existe cierta forma de competencia, por el hecho de que el número de familias dispuestas a recibir a estudiantes normalmente sobrepasa el número de estudiantes. Cada semana, se les pide a los estudiantes una evaluación de la estancia y en este cuestionario, la calidad de la comida forma una parte central. Por lo tanto, es interesante averiguar el impacto de esta forma de turismo en la construcción de cocinas como marcadores de identidades en las familias.

Identidades y hábitos de consumo en Costa Rica

Analizando los discursos de la cocina y de la identidad nacional costarricense, se nota cierta congruencia entre ambos discursos: La nueva imagen de la cocina nacional costarricense, por ejemplo, - que es la de una “cocina criolla costarricense” (Álvarez Masís, 2007, p. 21; Chang Vargas, 2001, p. 123,127), parecida a las cocinas de otros países centroamericanos y que está tomando en consideración las diferentes culturas culinarias en el país (Chang Vargas, 2001, p. 123)- corresponde a la importancia otorgada actualmente a las múltiples raíces culturales de la identidad nacional costarricense, así como a la imagen de la sociedad costarricense como culturalmente heterogénea (Sandoval García 2004, pp. XVI-XVII, 109; Molina Jiménez, 1999, pp. 111-113), y también refleja la concepción de Costa Rica como país centroamericano.

La relación entre los hábitos de consumo, cocinas e identidades no solamente existe al nivel discursivo. Como se puede entender de estudios históricos sobre los patrones de consumo, los hábitos de consumo y los productos transnacionales en específico, siempre jugaron un papel importante en la distinción social (véase por ejemplo Molina Jiménez, 1999, pp. 93-99; también Vega Jiménez, 1991). Retomando la teoría de Falk, hay que percibir a las mercancías como representaciones de ciertos valores, ideales o estilos de vida, que los actores sociales consumen para construir sus identidades y expresar su similitud a estos ideales (Falk, 1994, pp. 126-129). El hecho de que las empresas transnacionales y sus productos representan un estilo de vida considerado ‘moderno’ o también



'estadounidense', actualmente pueda favorecer el abandono progresivo de la cultura culinaria local.⁴ Gerado⁵, nutricionista en el Instituto Nacional de Aprendizaje, lamentando la falta de orgullo en la propia cultura y cocina entre la población costarricense, problematizó este hecho: "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, Febrero 2011). La propia cultura y cultura culinaria representan un estilo de vida anticuado e inclusive 'polo', menospreciado sobre todo por la población joven metropolitana, mientras que las tradiciones culinarias de afuera, y sobre todo de Norteamérica, entre ellos el consumo de las comidas rápidas, representan lo 'moderno'. Por ello, el consumo de estos productos, permite a los consumidores de presentarse como 'modernos' y 'cosmopolitas' a la vez de diferenciarse de las personas que comen las comidas 'tradicionales'⁶ y una alimentación cotidiana considerada como costarricense⁷, las que son tomadas por anticuadas y asociadas con las personas de menos recursos socio-económicos.

Entre las familias de hospedaje también existe cierto menosprecio por la 'cocina tradicional', lo que se expresa en esta cita de Doña Sofía: "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). No le parecía correcto clasificar al gato – un tipo de queque- como perteneciente a la cocina costarricense, porque lo tomó como queque comido por personas de menos recursos económicos y por ello se distanció de su

4 Las razones más tematizadas son las transformaciones sociales a partir de la segunda mitad del siglo XX, como la incorporación de las mujeres en el mercado laboral y la llegada de las cadenas de comidas rápidas (Álvarez Masís, 2007, pp. 26-27). Sin embargo, no se pueda dejar de lado el rol del consumo en la construcción de identidades.

5 Todos los nombres de las personas entrevistados son anonimizados por razones de protección de datos personales.

6 Uso el término 'cocina tradicional' o 'comida tradicional' siguiendo al discurso académico y a Patricia Sedó Masís para referirme a platos que aún no necesariamente sean propios de Costa Rica, eran y/o "son preparados de manera frecuente y conocidos por la población, por lo que son calificados como 'muy nuestros'." (Sedó Masís, 2008, p. 74). El concepto institucional de la 'cocina costarricense' equivale la 'cocina tradicional costarricense'.

7 La alimentación cotidiana ampliamente considerada como 'costarricense' es la que consiste en un plato de 'gallo pinto' con café en la mañana y un 'casado' por mediodía, o sea una alimentación a base de arroz y frijoles (véase por ejemplo Cason et al 2010: 427).



consumo. De igual manera, las madres de hospedaje calificaron a la alimentación cotidiana como monótona y poco saludable.

En estas críticas se nota la relevancia de los hábitos del consumo para la distinción social. La alimentación cotidiana considerada 'típica costarricense' es despreciada como signo de un status socio-económico poco elevado y una falta de conocimiento así como de la indiferencia de los consumidores locales. Al distanciarse de esta forma de alimentación, las madres de hospedaje también se distanciaron de los 'otros internos' y marcaron su alto status e identidad social.

Con el creciente impacto del turismo internacional, sin embargo, se genera un contexto en que existe un 'otro externo' y en que lo nacional gana en importancia. En lo que sigue, tematizaré las construcciones de la cocina costarricense entre familias de hospedaje, tomando en cuenta la importancia de las cocinas como marcadores de identidades nacionales y sociales así como la relevancia de la cultura culinaria local en el contexto del turismo.

La imagen turística de la cocina costarricense

En el discurso turístico, la cocina costarricense normalmente no es elogiada como experiencia gustatoria extraordinaria. Más bien se refiere a su monotonía, por la omnipresencia del arroz y los frijoles, que también indica la enumeración de los platos y bebidas costarricenses en guías turísticas que se presenta en la fig.1: Las comidas con mayor mención son el gallo pinto y el casado, es decir combinaciones de arroz y frijoles.



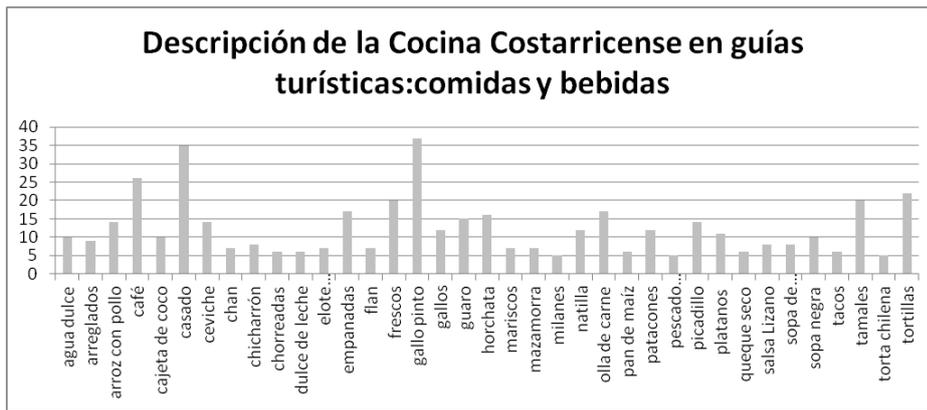


fig. 1 Comidas y bebidas de la cocina costarricense nombradas en 45 guías turísticas con un número de mención mínima de 5; elaboración propia.

A pesar de la afirmación que la cocina costarricense ofrece pocos momentos estelares⁸, la evaluación de esta cocina en las guías es positiva. Bien es verdad que se encuentran los adjetivos ‘aburrido’ o ‘simple’, pero predomina la denominación ‘exótica’ o ‘tropical’, y también está descrita como ‘fresca’ y ‘variada’.

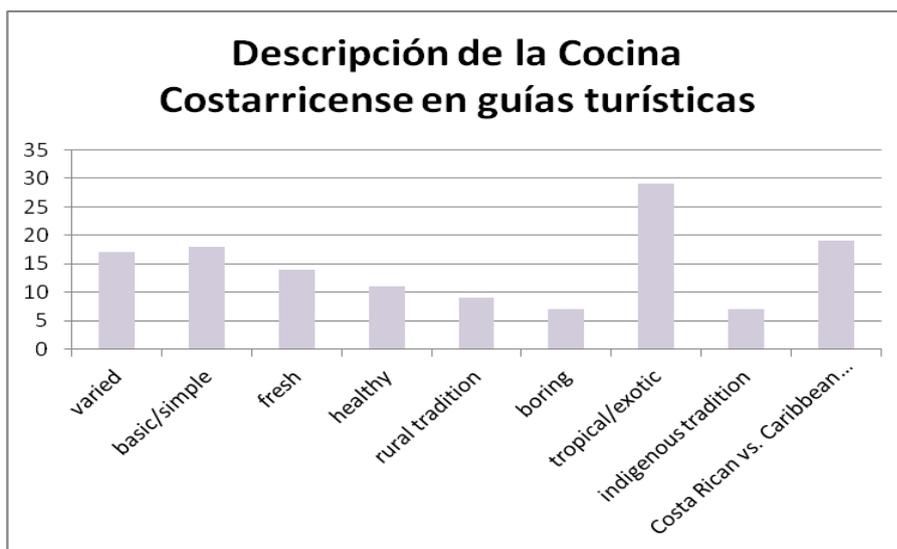


fig. 2 Descripción de la cocina costarricense en 45 guías turísticas; elaboración propia.

8 Una excepción es la comida caribeña que muchas veces es tratado por separado (fig.2).



Estas descripciones de la cocina costarricense (fig. 1 y 2) también reflejan la imagen de Costa Rica que predomina los discursos turísticos: La imagen de un país mesoamericano, con una cultura campesina y cafetalera, ubicado en el trópico.

Los estudiantes de español que entrevisté compartían esta opinión acerca de la cocina costarricense. Y esta calificación positiva provocó un cambio en la percepción de las madres de hospedaje.

El cambio en la percepción de la cocina local

Contando una experiencia con una estudiante estadounidense en la feria del agricultor, Yanori, una madre de hospedaje, recalca la importancia del punto de vista de los extranjeros para el cambio de opinión entre las madres de hospedaje:

“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).

Yanori aquí se refiere principalmente al valor monetario para aclarar la riqueza natural costarricense desapercibida por la población local. El aprecio y el entusiasmo de los estudiantes por los productos locales provocaron un cambio en la actitud de las madres de hospedaje hacia estos productos y también hacia la propia cocina local. Debido a sus experiencias con estudiantes, Beatrice por su parte señaló que no hay razón por qué ofrecer a los estudiantes otra comida que la costarricense: “Porque no da gracia, que vengan y uno les dé 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). Beatrice en esta cita resume lo que John Urry constata en su concepto del ‘Tourist Gaze’: la suposición que el interés de los turistas está dirigido a experimentar lo diferente y lo nuevo y lo local (Urry 1990, pp. 27-33). Llegando a Costa Rica entonces, los estudiantes quieren conocer la comida típica costarricense y la prefieren sobre las comidas internacionales y las comidas rápidas en particular, hacia las cuales, ellos mismos, como personas con una conciencia ecológica, tienen una actitud crítica.



En el trabajo como familia de hospedaje, o sea frente a un 'otro externo', hay que presentarse como Costarricenses, es decir, hay que expresar la identidad nacional. Por otro lado, como ya señalé, para mis informantes, la distinción de los 'otros internos' no perdió en importancia. En lo que sigue, mostraré como las madres de hospedaje están manejando esta problemática y están construyendo una cocina costarricense que les permite expresar su identidad nacional a la vez de mantener la distinción social.

La construcción de la cocina costarricense en las familias de hospedaje

A pesar de que las madres de hospedaje expresaron su aprecio por la cocina costarricense, la cocina que ofrecieron a los estudiantes es una construcción de la cocina costarricense en armonía con el 'Tourist Gaze' (Urry, 2002, p.59), como indican los free-listings (fig.3).

Concepto de la Cocina Costarricense en las familias de hospedaje (free-listing)

Roxana (Diciembre 2010)

- Crema de espinacas
- Crema de ayote
- 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

Doña Ceci (Diciembre 2010)

- Arroz
- Café
- Frijoles
- Frutas
- Gallo pinto
- Olla de carne
- Picadillos; Picadillo de tacaco
- Sopa negra
- Tamales

fig. 3 Platos costarricenses listados en dos free-listings; elaboración propia.

Un aspecto de esta reconstrucción de la cocina costarricense en las familias de hospedaje es el recurso parcial a elementos de la cocina tradicional costarricense y su reintegración o mantenimiento en la vida cotidiana. En las familias, se mantuvieron una serie de técnicas de preparación de la cocina tradicional. Un ejemplo es el acto de chorrear café. Preparando el café para los estudiantes y frente a ellos, las madres de hospedaje utilizaron el chorreador de café. Con este acto,



fomentaron la imagen de Costa Rica como nación cafetalera y ofrecieron a los estudiantes la posibilidad de experimentar una forma alternativa y tradicional costarricense de preparar y tomar café. Además, se recurre a algunas recetas de la cocina tradicional costarricense. El trabajo como familias de hospedaje así aportó a la conservación de ciertos platos tradicionales igual que a una revaluación de comidas anteriormente despreciadas: Aunque mis informantes expresaron que platos como la sopa de quelites en el pasado eran ‘comida para pobres’, los apreciaron como platos tradicionales costarricenses, saludables y livianos, aptos para ser servidos a los estudiantes. Al reintegrar los platos tradicionales en la alimentación cotidiana, sin embargo, se dieron modificaciones, el interés principal siendo la reducción de calorías. Otro aspecto en la construcción de la cocina costarricense en las familias de hospedaje es la creación e integración de nuevos platos. Esta es facilitada por la clara clasificación de ciertos productos como costarricenses. Noelia, describiendo la comida que sirve a los estudiantes opinó: “Ah sí, yo les pongo otras cosas, les hago pastel de yuca, pero la yuca es de Costa Rica” (Noelia, Enero 2011). Con tal de que el producto principal es de Costa Rica o común en Costa Rica, en este caso la yuca, se puede tomar a un plato por costarricense, aunque la forma de preparación sea originada de otra cultura culinaria. Al igual que los platos tradicionales reintegrados en la alimentación cotidiana, estas creaciones permiten la presentación de la propia cultura culinaria como ‘variada’, ‘exótica’ y ‘saludable’. Por medio de estos platos nuevos, las familias de hospedaje presentan a los estudiantes una cocina costarricense que armoniza con el ‘Tourist Gaze’ (Urry, 2002, P. 59; también Urry, 1990, pp. 26-33). Más allá de solamente formar parte de la presentación de la propia cocina e identidad como Costarricenses, ocurrió una integración en el concepto de la cocina nacional, como indica la fig. 3.

La cocina costarricense así re-inventada, es diferente de la cocina tradicional costarricense y de la alimentación cotidiana ampliamente considerada como ‘costarricense’. Por lo tanto, es un concepto de cocina nacional que permite mantener la distinción social.



Conclusión

En esta ponencia, analicé la relación entre cocinas e identidades en un contexto local marcado por impactos transnacionales, tomando como ejemplo la construcción de cocinas e identidades en familias de hospedaje costarricenses en la ciudad de Heredia. Indiqué la dificultad de rescatar la cocina nacional costarricense frente al rol de los hábitos de consumo en la distinción social. Por otro lado, el turismo requiere una cocina costarricense y las familias de hospedaje tienen que expresar su identidad nacional por medio de esta. No obstante, la cocina costarricense que está ofrecida a los estudiantes y con la que las madres de hospedaje se identifican es una cocina costarricense que nació de una negociación de las imágenes y expectativas turísticas. Esta re-invenición de la cocina costarricense permite a las familias de hospedaje la representación de su identidad como Costarricense aún diferente a las personas costarricenses que ni comparten su status socio-económico, ni sus conocimientos acerca de una alimentación variada y saludable. Es una cocina que les permite presentarse como Costarricenses a la vez de mantener la distinción social.



Bibliografía

Álvarez Masís, Yanori. Ed. (2007). *Cocina Tradicional Costarricense 2. Heredia y Limón*. San José, Costa Rica: Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes.

Barlösius, Eva. (1999). *Soziologie des Essens. Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung*. München: Juventa.

Bourdieu, Pierre. (2007). *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp Taschenbuchverlag

Castells, Manuel. (1999). *The Power of Identity*. Oxford et al.: Blackwell Publishing.

Cason, Kathrine L., Marta Eugenia Gamboa Acuña y Yenori Hernandez Garbanzo. (2010). Costa Rica. *Food, Culture and Cultural Competency for Culinary, Hospitality and Nutrition Professionals*. Sari Edelstein. Ed. Sudbury, MA: Jones&Bartlett Learning, 423-431.

Chang Vargas, Giselle. (1999). Costa Rica: Comidas Regionales. *Nuestras Comidas*. Ed. Giselle Chang Vargas et al. San José, Costa Rica: CECC, 123-144.

Cornell, Stephen Elicott y Douglas Hartmann. (2007). *Ethnicity and Race: Making Identities in a Changing World*. Thousand Oaks et al.: Pine Forge Press (a SAGE Publications Area).

Falk, Pasi. (1994). *The Consuming Body*. London et al.: SAGE Publications.

Howes, David. (2000). Introduction: Commodities and Cultural Borders. *Cross-Cultural Consumption: Global Markets, Local Realities*. David Howes Ed. London et al.: Routledge, 1-16.

ICT. (2011a). Cifras Turísticas Mayo 2011.2. {http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/cifras_turisticas/Mayo_2011/CifrasTuristicas.pdf}

ICT. (2011b). Cifras Turísticas Agosto 2011. 3. {http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/cifras_turisticas/Agosto_2011/CifrasTuristicas.pdf}

INEC. (2011). Cuadro 3: Costa Rica: Población total por Zona y Sexo, según provincia, Cantón y distrito. {<http://www.inec.go.cr>}

Lupton, Deborah. (1996). *Food, the Body and the Self*. London et al.: SAGE Publications.

Molina Jiménez, Iván. (2008). *Costarricense por Dicha: Identidad nacional y cambio cultural en Costa Rica durante los siglos XIX y XX*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.



Ross González, Marjorie. (2001). *Entre el comal y la olla: fundamentos de la gastronomía costarricense*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad Estatal a Distancia (EUNED).

Sandoval García, Carlos. (2004) *Threatening Others. Nicaraguans and the Formation of National Identities in Costa Rica*. Athens: Ohio University Press.

Sedó Masís, Patricia. Ed. (2008). *Glosario de Cocina Popular Costarricense. Descripción General de Alimentos, Equipos, Utensilios, Técnicas de Preparación y Frases Populares*. San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica.

Urry, John. (Febrero 1990). The 'Consumption' of Tourism. *Sociology* vol. 24 N° 1, 23-35.

Urry, John. (2002). *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Newbury Park und London: Sage Publications.

Vega Jiménez, Patricia (1991). De la banca al sofá. La diversificación de los patrones de consumo en San José (1857-1861). *Revista de Historia*. N° 24, 53-87.

Wilk, Richard. (2006). *Home Cooking in the Global Village. Caribbean Food from Buccaneers to Ecotourists*. Oxford et al.: Berg.

"Deseo expresar mis agradecimientos a la Escuela de Antropología de la Universidad de Costa Rica; al DAAD (Servicio Alemán de Intercambio Académico) por el apoyo financiero de mi trabajo de campo. Finalmente, no quiero dejar sin mención mi agradecimiento por el apoyo constante que me brindó el Dr. Rolando Quesada Sancho (+) durante mi estancia en Costa Rica de setiembre 2010 a agosto 2011."

