

El Vocho es Mexicano. Die kulturelle Aneignung des VW Käfer in Mexiko

Das Auto ist aus unserem alltäglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Erst in der jüngeren Vergangenheit hat die Kulturanthropologie es verstärkt als kulturelles Phänomen behandelt, da lange Zeit eine kulturpessimistische Betrachtungsweise vorherrschte, die das Automobil als lokal und kulturell angeeignete globale Ware uninteressant erscheinen ließ. In Mexiko hat sich der „Vocho“, wie bereits zuvor der Käfer in Deutschland, zu einem nationalen Erinnerungsort des kulturellen Gedächtnisses entwickelt. Diese Bezeichnung des VW Käfer ist ein Hinweis darauf, dass das Auto auf besondere Weise von den Mexikaner*innen kulturell angeeignet wurde. Die Analyse wendet sich bestimmten Aspekten des mexikanischen Motorscape zu, der durch den Vocho dominiert wurde. Es wird nach den Akteur*innen und ihren kulturellen Praktiken gefragt, die seinen Mythos in das kulturelle Gedächtnis der mexikanischen Nation eingeschrieben haben. Dabei werden auf Basis der erhobenen Daten im Rahmen der Feldforschung in Mexiko-Stadt und Umgebung (von Januar bis April 2015) auch die Machtfaktoren, die diesen Prozess mitbestimmen, berücksichtigt. Die theoretischen Grundlagen bilden die biographische Betrachtung von Dingen (Kopytoff und Appadurai) in Verbindung mit Ansätzen der Material Culture Studies (Spittler, Miller und Hahn) und solchen der Kulturwissenschaften (Du Gay und Hall). Die Analyse zeigt insbesondere auf, wie Praktiken der Erinnerung dazu beitragen, dass der Mythos Vocho aktuell von der Generation der Mitte 30- bis 60-jährigen an die nächste weitergegeben wird.