

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

ENTRE LUJOS Y OFERTAS. EXPANSIÓN DEL CONSUMO DOMÉSTICO DE
BIENES INDUSTRIALES EN COSTA RICA: CONDICIONANTES
SOCIOECONÓMICOS Y CAMBIOS CULTURALES (1953-1984).

Tesis sometida a la consideración de la Comisión del Programa de Estudios de
Posgrado en Historia para optar por el grado y título de Maestría Académica en
Historia

MARÍA DANIELA MORENO VARGAS

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, Costa Rica

2022

Dedicatoria

A Flory y Ricardo por su guía, esmero y amor como padres.

Agradecimientos

A Arodys Robles por su gran dedicación y profesionalismo como director de tesis.

A Ronny Viales y Anthony Goebel por su importante guía como lectores de esta tesis.

A Inés Pérez quién sin conocerme no dudó en brindarme ayuda.

A Patricia Sequeira por su gran espíritu de servicio.

A la Biblioteca del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en especial a Judith Torres y Jorge Sandí por su atención y amabilidad.

A la Biblioteca Nacional, especialmente a Rosemary y Flor de la Colección Especial, por hacerme sentir como en casa.

Al Centro de Investigaciones Históricas de América Central (CIHAC).

Al Centro Maria Sibylla Merian de Estudios Latinoamericanos Avanzados en Humanidades y Ciencias Sociales CALAS (por sus siglas en inglés) en especial a David Díaz, Werner Mackenbach, e Ismayaira por su confianza.

A los familiares, amigos, compañeros de estudio y trabajo que me dieron ánimos para seguir y terminar esta investigación

“Esta tesis fue aprobada por la Comisión del Programa de Estudios de Posgrado en Historia de la Universidad de Costa Rica, como requisito parcial para optar al grado y título de Maestría Académica en Historia.”



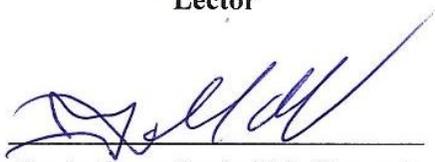
Dra. Patricia Vega Jiménez
**Representante de la Decana del
Sistema de Estudios de Posgrado**



Dr. Arodys Robles Soto
Profesor Guía



Dr. Ronny Viales Hurtado
Lector



Dr. Anthony Goebel Mc Dermott
Lector



Dra. Andrea Montero Mora
**Representante del Director del
Programa de Posgrado en
Historia**



María Daniela Moreno Vargas

Sustentante

Tabla de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Hoja de Aprobación.....	iv
Tabla de contenidos.....	v
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
Lista de Cuadros.....	xii
Lista de Gráficos.....	xiii
Lista de Figuras.....	xiv
Lista de abreviaturas.....	xvi
Introducción.....	1
I. Justificación y delimitación de la temática.....	1
A. Delimitación temporal.....	4
B. Delimitación espacial.....	5
II. Preguntas de Investigación.....	5
Pregunta general:.....	5
Preguntas específicas:.....	5
III. Objetivos.....	6
A. Objetivo General:.....	6
B. Objetivos específicos.....	6
IV. Estado de la cuestión.....	7
A. Estudios sobre contexto global del consumo en el siglo XX.....	7
A1. El fordismo y el consumo de masas a nivel global.....	7
A2. Mejoramiento social y generalización del consumo de masas a nivel global.....	8
B. Estudios de contexto sobre la sociedad del consumo en América Latina siglo XX.....	9
B1. Mejoramiento social y consumo moderno a nivel latinoamericano.....	9
B2. Industrialización y sociedad de consumo en América Latina.....	10
B3. Alianza para el Progreso e industria en América Latina.....	12
C. Estudios de contexto sobre la sociedad de consumo en Centroamérica.....	13
C1. Economía agroexportadora e inicio del consumo moderno.....	13

C2. Industrialización y consumo en Centroamérica.....	13
D. Estudios de contexto sobre el consumo de masas en Costa Rica entre 1953- 1984	14
D1. Modelo agroexportador base del consumo moderno.....	14
D2. Industrialización y desarrollo del consumo de masas.....	15
D3. Difusión del consumo moderno y medios de comunicación masiva.....	16
D4. Conflictividad social y sociedad de consumo.....	17
D5. Roles de género y el consumo moderno	17
E. Consumo doméstico de bienes industriales a nivel global.....	19
E1. Estudios sobre consumo de tecnología doméstica	20
E2. Estudios de consumo alimenticio a nivel global	22
F. Consumo doméstico de bienes industriales a nivel latinoamericano	24
F1. Consumo de vestimenta manufacturada.....	24
F2. Consumo de alimentos procesados.....	25
F3. Consumo de bienes durables	25
G. Consumo doméstico a nivel Centroamericano	26
H. Consumo doméstico a nivel costarricense	27
I. Balance General	29
V. Marco Teórico-Conceptual.....	31
A. Debates teóricos sobre la conceptualización del consumo	31
A1. Consumo conspicuo.....	32
A2. Consumo y consumismo.....	33
A3. Concepto de consumo utilizado en la investigación.....	33
B. Modelo teórico de explicación.....	34
B1. Estructura comercial capitalista	35
B2. Transformación socio laboral	35
B3. Creación de nuevos estilos de vida	37
B3.1. Imitación del hogar “moderno” estadounidense	39
B3.2 Transformación de los roles de género basada en el consumo	40
C. Balance general.....	42
VI. Hipótesis.....	44
VII. Descripción de las fuentes.....	44

VIII. Estrategia Metodológica	48
IX. Organización del trabajo	53
Capítulo 1: La dinámica productiva y comercial de los bienes industriales de consumo doméstico en Costa Rica 1953-1984.	55
I. Introducción.....	55
II. Contexto socio económico de América Latina 1950-1985	55
2.1. Aumento demográfico	55
2.2. Aumento del producto interno bruto y de los ingresos de la población	57
2.3. Crecimiento urbano y migración interna	60
2.4. Aumento del nivel de instrucción	63
2.5. Aumento del tamaño de los mercados e integración económica.....	65
2.6. Crisis fiscal y reforma estructural.....	67
III. La industria en Costa Rica y el Mercado Común Centroamericano	70
3.1 El Mercado Común Centroamericano (MCCA).....	71
3.2. La industria costarricense antes de 1960	73
3.3. La industria en Costa Rica después de 1960	77
3.4. La producción de bienes industriales en la segunda mitad del siglo XX	79
III. La importación bienes industriales en Costa Rica en el periodo 1953-1984... ..	85
4.1. La importación general de Costa Rica en el periodo 1953-1984	85
4.2. Los principales proveedores de importaciones en el periodo 1953-1984	88
4.3. La importación de bienes industriales de consumo doméstico entre 1953-1984 ..	94
4.4. La importación de alimentos procesados entre 1953-1984	95
4.5. La importación de vestuario manufacturado entre 1953-1954.....	102
4.6. La importación de electrodomésticos entre 1953-1984.....	108
V. El aumento del entramado comercial en Costa Rica 1952-1975.....	116
5.1 Aumento comercial por ramas comerciales.....	117
5.2. El aumento comercial por tipo de sociedad en Costa Rica.....	118
5.3. Análisis del personal ocupado en el sector comercial	119
5.4. Análisis del personal ocupado en el sector industrial.....	120
5.5. Las ventas de los establecimientos comerciales en el periodo 1952-1975.....	121
VI. Conclusiones	122

Capítulo 2: Transformaciones socio económicas y expansión del consumo doméstico de bienes industriales en Costa Rica 1953-1984.....	124
I. Introducción	124
II. El mejoramiento socioeconómico en Costa Rica.....	124
2.1. Origen de la clase media en Costa Rica	124
2.2 Ampliación de la educación 1950- 1980	131
2.3 Mejoras socio-laborales en el Estado de bienestar	133
2.4 Aumento del consumo y del crédito para consumo.....	135
III. El nuevo tipo de vivienda y estilo de vida.....	139
3.1 La vivienda compacta y los electrodomésticos	141
3.2 La vivienda compacta y los cambios en el consumo alimentario y textil	143
3.3 La expansión de la vivienda compacta en Costa Rica.....	144
3.4 Las transformaciones estructurales vinculadas al nuevo tipo de vivienda en Costa Rica 1953-1984.....	157
3.4.1 Los cambios en el uso del material de viviendas en Costa Rica	157
3.4.2 La transformación del tipo de sanitario en Costa Rica 1963-1984	158
3.4.3 La expansión de servicio de agua en las viviendas de Costa Rica 1963-1984..	159
3.4.4 La expansión del servicio de electricidad y telefonía en las viviendas de Costa Rica 1963-1984.....	160
IV Expansión del consumo de bienes industriales en Costa Rica asociado a la vivienda compacta.....	163
4.1 Expansión del consumo de electrodomésticos en Costa Rica	163
4.1.1 Expansión de la cocina, lavadora y refrigeradora 1963-1984	167
4.2 Ampliación del consumo de alimentos procesados en Costa Rica.....	172
4.3 Expansión del consumo de vestimenta manufacturada en Costa Rica.....	176
V. Conclusiones.....	180
Capítulo 3: Roles de género y oferta de bienes industriales de consumo doméstico en Costa Rica durante 1953-1984.....	183
I. Introducción	183
II. Transformaciones socioculturales asociadas a la expansión del consumo doméstico en Costa Rica en el periodo 1953-1984.....	183
III. Roles de género en la segunda mitad del siglo XX	188

3.1 Rol femenino en la familia	189
3.2 Representaciones y tensiones sobre el rol de la mujer en revistas femeninas	191
3.3 Rol masculino en la familia	196
IV. Roles de género y la nueva oferta de bienes industriales de consumo doméstico	199
4.1 La oferta publicitaria de bienes industriales domésticos	199
4.2 Cambios en la publicidad de bienes industriales domésticos	202
4.3 Roles de género y oferta publicitaria de alimentos procesados	204
4.4 Roles de género y oferta publicitaria de electrodomésticos	207
4.5 Roles de género y oferta publicitaria de vestimenta manufacturada	210
V. Conclusiones	214
Conclusión General	217
Fuentes y bibliografía:	220
I. Fuentes	220
II. Bibliografía	224
Anexos	233

Resumen

Este trabajo está conformado por tres capítulos. En el primero se abordan el contexto socioeconómico y comercial entre 1953-1984 al tomar en cuenta aspectos como el crecimiento de la población, de la economía, de la industria, de la producción, de las importaciones y del comercio. Estos fueron los factores fundamentales para el desarrollo comercial de la expansión del consumo de bienes industriales como los aquí analizados: alimentos procesados, vestimenta manufacturada y electrodomésticos.

El segundo capítulo trata el vínculo entre la transformación social y en aumento del consumo de bienes industriales a nivel doméstico. Dicha transformación condujo al ascenso social de las clases populares, a través de aumentos en los salarios, mejoras laborales, mayor acceso a la educación, vivienda y crédito. Lo cual produjo un aumento en la capacidad de consumo de los hogares y por ende en la difusión de bienes industriales en esta época, que pasaron de innovaciones a bienes conocidos y comercializados en el periodo de estudio.

El último capítulo analiza el papel de los roles de género en la expansión del consumo de este tipo de bienes. En especial el rol de las mujeres ya que éstas experimentaron importantes transformaciones en su condición real durante el periodo de estudio. Esos cambios generaron tensión en la asignación de roles tradicionales a nivel doméstico, porque a la mujer se le sigue encargando la mayoría de labores domésticas incluyendo la de consumir bienes industriales para el hogar.

Abstract

This investigation has three chapters. The first is about the socioeconomic and commercial context between 1953-1984 by taking into account aspects such as population growth, economic growth, industry, production, imports and trade. Those were the main factors for the commercial development of industrial goods consumption like the analyzed here: processed foods, manufactured clothing and household appliances.

The second chapter deals with the link between social transformation and increasing consumption of industrial goods household related. This transformation led to the social ascent of the popular classes, through increases in wages, job improvements, greater access to education, housing and credit. Those changes produced an increase in the consumption capacity of households and therefore the diffusion of industrial goods, which went from being innovative to commodities between the beginning and the end of the study period.

The last chapter analyzes the role of gender in the consumption growth of industrial household goods. Especially women's role since they experienced significant changes in their real condition during the investigated period. Those changes generated tension in the assignment of traditional roles at home because women continued doing the majority domestic tasks, including being in charge of domestic consumption.

The last chapter analyzes the role of gender in the consumption growth of industrial goods household related. Especially women's role since they experienced the greatest changes in their real social condition during the investigated period. Those changes generated tension in the assignment of roles at home affecting mainly women because they continued assuming the majority of household chores including being in charge of industrial goods household consumption.

Lista de Cuadros

Cuadro 1.	53
Cuadro 1.1	57
Cuadro 1.2	59
Cuadro 1.3	63
Cuadro 1.4	64
Cuadro 1.5	79
Cuadro 1.6	83
Cuadro 1.7	117
Cuadro 1.8	119
Cuadro 1.9	119
Cuadro 1.10	120
Cuadro 1.11	122
Cuadro 2.1	157
Cuadro 2.2	158
Cuadro 2.3	159
Cuadro 2.4	160
Cuadro 2.5	161
Cuadro 2.6	162
Cuadro 2.7	168
Cuadro 2.8	170
Cuadro 2.9	171
Cuadro 3.1	184
Cuadro 3.2	200
Cuadro 3.3	203
Cuadro 3.4	204

Lista de Gráficos

Gráfico 1.1	60
Gráfico 1.2	86
Gráfico 1.3	89
Gráfico 1.4	92
Gráfico 1.5	95
Gráfico 1.6	96
Gráfico 1.7	97
Gráfico 1.8	102
Gráfico 1.9	103
Gráfico 1.10	104
Gráfico 1.11	107
Gráfico 1.12	109
Gráfico 1.13	110
Gráfico 1.14	111

Lista de Figuras

Figura 1.1.....	99
Figura 1.2.....	100
Figura 1.3.....	100
Figura 1.4.....	105
Figura 1.5.....	106
Figura 1.6.....	113
Figura 2.1.....	140
Figura 2.2.....	146
Figura 2.3.....	147
Figura 2.4.....	148
Figura 2.5.....	149
Figura 2.6.....	150
Figura 2.7.....	151
Figura 2.8.....	151
Figura 2.9.....	152
Figura 2.10.....	153
Figura 2.11.....	154
Figura 2.12.....	155
Figura 2.13.....	156
Figura 2.14.....	166
Figura 2.15.....	166
Figura 2.16.....	173
Figura 2.17.....	174
Figura 2.18.....	175
Figura 2.19.....	178
Figura 2.20.....	179
Figura 2.21.....	180
Figura 3.1.....	185
Figura 3.2.....	187
Figura 3.3.....	197
Figura 3.4.....	205
Figura 3.5.....	206

Figura 3.6.....	206
Figura 3.7.....	207
Figura 3.8.....	209
Figura 3.9.....	210
Figura 3.10.....	211
Figura 3.11.....	211
Figura 3.12.....	213
Figura 3.13.....	214

Lista de abreviaturas

AMC: Alianza de Mujeres Costarricenses

BANHVI: Banco Hipotecario de la Vivienda

CEPAL: Comisión Económica para América Latina

FANAL: Fábrica Nacional de Licores

ICE: Instituto Costarricense de Electricidad

INVU: Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos

MCCA: Mercado Común Centroamericano

MIVAH: Ministerio de Vivienda y Asentamientos Humanos

PIB: Producto Interno Bruto



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

SEP Sistema de
Estudios de Posgrado

Autorización para digitalización y comunicación pública de Trabajos Finales de Graduación del Sistema de Estudios de Posgrado en el Repositorio Institucional de la Universidad de Costa Rica.

Yo, María Daniela Moreno Vargas, con cédula de identidad 402110889, en mi condición de autor del TFG titulado Entre lujos y ofertas. Expansión del consumo doméstico de bienes industriales en Costa Rica: Condicionantes Socioeconómicos y cambios culturales (1953-1984).

Autorizo a la Universidad de Costa Rica para digitalizar y hacer divulgación pública de forma gratuita de dicho TFG a través del Repositorio Institucional u otro medio electrónico, para ser puesto a disposición del público según lo que establezca el Sistema de Estudios de Posgrado. SI NO *

*En caso de la negativa favor indicar el tiempo de restricción: _____ año (s).

Este Trabajo Final de Graduación será publicado en formato PDF, o en el formato que en el momento se establezca, de tal forma que el acceso al mismo sea libre, con el fin de permitir la consulta e impresión, pero no su modificación.

Manifiesto que mi Trabajo Final de Graduación fue debidamente subido al sistema digital Kerwá y su contenido corresponde al documento original que sirvió para la obtención de mi título, y que su información no infringe ni violenta ningún derecho a terceros. El TFG además cuenta con el visto bueno de mi Director (a) de Tesis o Tutor (a) y cumplió con lo establecido en la revisión del Formato por parte del Sistema de Estudios de Posgrado.

FIRMA ESTUDIANTE

Nota: El presente documento constituye una declaración jurada, cuyos alcances aseguran a la Universidad, que su contenido sea tomado como cierto. Su importancia radica en que permite abreviar procedimientos administrativos, y al mismo tiempo genera una responsabilidad legal para que quien declare contrario a la verdad de lo que manifiesta, puede como consecuencia, enfrentar un proceso penal por delito de perjurio, tipificado en el artículo 318 de nuestro Código Penal. Lo anterior implica que el estudiante se vea forzado a realizar su mayor esfuerzo para que no sólo incluya información veraz en la Licencia de Publicación, sino que también realice diligentemente la gestión de subir el documento correcto en la plataforma digital Kerwá.

Introducción

I. Justificación y delimitación de la temática

Esta tesis de maestría en Historia analiza las transformaciones económicas y socioculturales vinculadas a la expansión del consumo doméstico de bienes industriales en Costa Rica durante el Estado desarrollista dado que, esta es la época en que este tipo de productos se convierten en bienes atractivos tanto para la producción como para el consumo.

La expansión de este tipo de bienes implica una diversificación en su oferta y demanda. Por tanto, en esta época, empieza a coexistir en el mercado una variedad de bienes industriales similares con diversos precios y diseños, con el fin de satisfacer la diversidad de la demanda, dando lugar a una expansión comercial de estos entre una variada oferta compuesta de lujos y ofertas. Los bienes analizados son: los electrodomésticos, vestimenta manufacturada y alimentos procesados, es decir, bienes industriales de consumo masivo o *commodities* o sea aquellas mercancías que tienen valor de uso y valor de cambio, en las que prima el valor de uso a nivel social ya que, contribuyen a determinar relaciones de clase¹. De acuerdo con la tipología de bienes de Bauer, la categoría que más se aproxima a estos bienes industriales es la de bienes globales más que todo por el hecho de ser bienes provenientes del mercado global que tienen el propósito de uniformar y unificar los hogares en el mundo².

La elección de estas tres categorías de bienes industriales se debe a que se convirtieron en los bienes industriales de mayor importación de los nuevos patrones de consumo doméstico lo cual se evidencia en las cifras de importación de los anuarios estadísticos que muestran estos bienes como los de mayor adquisición en el exterior en la segunda mitad del siglo XX, así como también fueron los bienes de mayor producción nacional, en el caso específico de alimentos y vestimenta. Los artículos eléctricos comparados con las otras dos categorías fueron de menor importación y producción, sin embargo, se eligieron porque se

¹ Costas Lapavistas, "Commodities and Gifts: Why Commodities Represent More than Market Relations," *Science & Society* 68, no. 1 (2004), 35.

² Arnold J. Bauer, Goods, *Power, History. Latin America's Material Culture*, 264-265.

consideran bienes industriales característicos de esta época de cambio de preferencias en el consumo.

En las últimas décadas se han desarrollado estudios sobre historia del consumo con una mayor proyección en países desarrollados, en países como Costa Rica profesionales del área de ciencias sociales también se han preocupado por realizar investigaciones que expliquen el consumo más allá de un fenómeno meramente económico al incorporarle aspectos sociales y culturales asociados a las prácticas de consumo³. Es importante estudiar este tema desde la perspectiva histórica porque, es útil para la comprender la transformación de los de patrones de consumo en el tiempo y espacio, en este caso la investigación se enfoca en la Costa Rica de la segunda mitad del siglo XX, considerado el periodo de auge del consumo de masas ese país.

Con el objetivo de contribuir con esta línea de investigación se ha elegido el estudio del consumo doméstico de los siguientes bienes industriales: alimentos procesados, vestimenta manufacturada y electrodomésticos durante el periodo 1953-1984, época que acuerdo con varios autores⁴ tuvo como paradigma económico el modelo de Industrialización

³ Patricia Vega, *Con sabor a tertulia: historia del consumo del café en Costa Rica. 1840-1940*. (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2004). Patricia Vega, “Alimentos e identidades trabajadores de las bananeras costarricenses 1934”. *Revista de Ciencias Sociales IV*, no. 99-110 (2002): 99-110. Patricia Vega, “Consumo de bebidas alcohólicas, publicidad y diversiones en Costa Rica (1900-1930)”. *Revista Reflexiones*. 1, no. 88 (2009):15-35. Patricia Vega, “De la banca al sofá. La diversificación de los patrones de consumo en San José (1857-1861)”. *Revista de Historia*, no. 24 (1991): 53-87. Patricia Vega, *Alimentos consumo y calidad en la identidad de la construcción mesoamericana*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2012. Patricia Vega, “Centroamérica en oferta. Los libros azules (1914-1916)”. *Anuario de Estudios Centroamericanos*. 35/36 (2009-2010): 69-105. Juan José Marín y Patricia Vega, *Tendencias de consumo en Mesoamérica*. San José, C.R: Editorial UCR, 2008. María Barboza, “Publicidad e Identidades. La publicidad de bebidas alcohólicas en Costa Rica (1950-1959),” *Reflexiones* 90, no. 2 (2011): 37-51.

⁴ Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, (Barcelona: Crítica, 2000). Luis Bértola y José Antonio Ocampo, *Desarrollo, vaivenes y desigualdad. Una historia económica de América Latina desde la independencia*. (Madrid, España: Secretaría General Iberoamericana, 2010). Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión. Una historia económica de América Latina en el siglo XX*. (Washington, D.C.: Banco Interamericano de

por Sustitución de Importaciones que consistió en darle mayor énfasis a la industria interna para convertirla en el principal generador de crecimiento.

A pesar de la reciente importancia adquirida por el consumo como objeto de estudio histórico, aún existe un sesgo exportador en la historiografía nacional y en general de América Latina que ha minimizado el estudio de las importaciones y por ende el consumo, este último a partir de la historia económica, no se puede abordar investigando únicamente el mercado, ya que, se deben comprender las condiciones económicas y socioambientales de la producción, en el consumo de bienes durables por ejemplo, intervienen múltiples elementos más allá de la renta⁵.

Esta investigación se concentra en el aumento del consumo de bienes industriales como resultado del contexto descrito y analiza específicamente tres categorías de estos: número uno los alimentos procesados tales como carne y embutidos, frutas en conserva, bebidas gaseosas entre otras; número dos vestimenta manufacturada que incluye: prendas de vestir, accesorios y calzado; y la tercer categoría corresponde al material eléctrico que contiene las subcategorías de: aparatos de radio, telegrafía y televisión; máquinas para lavar, secar y planchar ropa, máquinas para cortar cabello y batidoras, enceradoras y aspiradoras.

Los aspectos políticos y económicos de la época bajo investigación, han sido abordados sin crear relevantes conexiones con aspectos socioculturales vinculados al consumo. Por tanto, esta investigación pretende llenar parte de esos vacíos, a través del estudio del consumo doméstico en Costa Rica, tomando en cuenta los siguientes factores: transformación de la estructura comercial, mejoramiento social y creación de nuevos estilos de vida, con el fin de probar que el consumo familiar del siglo XX definitivamente transformó para siempre la dinámica sociocultural de los hogares costarricenses. Por consiguiente, esta investigación comprende en sí misma una contribución historiográfica que se espera sea una

Desarrollo Unión Europea, 1998). Víctor Bulmer-Thomas, La historia económica de América Latina desde la independencia (México. D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1998).

⁵ Juan José Marín y Patricia Vega, *Tendencias del consumo en Mesoamérica* (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2008).

útil plataforma para futuras reflexiones o investigaciones relacionadas con el estudio del consumo de la sociedad costarricense en el tiempo.

Para el estudio del consumo doméstico en esta época no se disponen de fuentes directas. Por ende, en esta tesis se hace un esfuerzo por reconstruir parte de la historia del consumo utilizando distintas fuentes como: datos de importaciones derivados de 31 Anuarios de Comercio Exterior, 5 censos de Población y Vivienda, 4 Censos Industriales, publicidad de bienes industriales extraída de 18 meses del diario *La Nación*, dos revistas femeninas: *Mujer y Hogar* y *Nuestra Voz* y 6 Memorias del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo.

La investigación consta de dos partes la primera contiene, el estado de la cuestión basada en material bibliográfico, el marco teórico en el que se exponen factores que sustentan el modelo explicativo de la tesis, las hipótesis sobre las preguntas de investigación, la metodología utilizada y la descripción de las fuentes primarias utilizadas. Mientras la segunda parte del proyecto está dividido en tres capítulos, el primero sobre los cambios en la composición de la estructura comercial del periodo 1953-1984, el segundo acerca del impacto del mejoramiento social y los cambios socio ocupacionales de la época en la expansión del consumo masivo de bienes industriales en la esfera doméstica, y el tercero expone las transformaciones socio culturales que dieron pie a nuevos estilos de vida y roles de género en la sociedad costarricense.

A. Delimitación temporal

La temporalidad de la investigación da inicio en 1953, año en que José Figueres Ferrer llega a la presidencia con el objetivo de implantar el modelo de Estado desarrollista, cimentado desde la Junta Fundadora en 1948 y basado en la social democracia que buscaba el mejoramiento social a través de la elevación del poder adquisitivo⁶. y finaliza en 1984 cuando se realiza uno de los censos de población y vivienda que forman parte del conjunto de fuentes utilizadas y también porque coincide con la época de agotamiento del Estado de bienestar. Dentro de esta coyuntura se da una importante institucionalización del país, al crearse nuevas instituciones y reforzarse las preexistentes, por ejemplo en 1948 se centralizó

⁶ Jorge Rovira, *Estado y Política Económica en Costa Rica 1948-1970* (San José, Costa Rica: Editorial Porvenir S.A., 1998), 63 y 68.

la Dirección General de Estadística, la dirección técnica de las estadísticas nacionales y se creó el Consejo Nacional de Estadística, con el fin de guiar técnicamente la estructuración y desarrollo de las estadísticas nacionales⁷. Este mayor interés en ordenar la institucionalidad pública se vio reflejado también en la publicación de los Anuarios de Comercio Exterior a partir de 1953, utilizados en este estudio como fuente primaria .

B. Delimitación espacial

Este proyecto investigativo se reduce espacialmente a Costa Rica, sin embargo, el análisis de la influencia económica y cultural de las economías capitalistas avanzadas sitúa la investigación también en el ámbito global. En el ámbito nacional la modernización de los hogares fue una transformación que involucró todas las regiones del país, sin embargo, esta investigación se basa en el Valle Central incluyendo las zonas urbanas y rurales de las provincias de centrales (San José, Alajuela Cartago y Heredia), debido a que el consumo doméstico de bienes industriales se concentró, para la época de estudio, en esta región del país.

II. Preguntas de Investigación

Pregunta general:

¿Cuáles fueron los cambios económicos, socio laborales y las transformaciones culturales de la expansión del consumo de bienes industriales (electrodomésticos, vestimenta manufacturada y alimentos procesados) en Costa Rica, 1953-1984?

Preguntas específicas:

1. ¿Qué relaciones se pueden establecer entre la estructura comercial y proceso de consolidación del consumo masivo de bienes industriales (electrodomésticos, vestimenta manufacturada y alimentos procesados) en Costa Rica en el periodo 1953-1984?

⁷ Reseña histórica del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), recuperado el 16 de octubre de 2020 de, <https://www.inec.cr/resena-historica>

2. ¿Qué relación se dio entre los cambios socio ocupacional y el consumo masivo de bienes industriales (electrodomésticos, vestimenta manufacturada y alimentos procesados) en Costa Rica en el periodo 1953-198?
3. ¿Qué relación existió entre el consumo masivo de bienes industriales (electrodomésticos, vestimenta manufacturada y alimentos procesados) y los cambios en los estilos vida y roles de género en Costa Rica durante el periodo 1953-1984?

III. Objetivos

A. Objetivo General:

Analizar el consumo doméstico de bienes industriales (electrodomésticos, vestimenta manufacturada y alimentos procesados) a partir de condicionantes económicos, cambios socio laborales y culturales, para caracterizar la expansión del consumo masivo de estos bienes en Costa Rica, durante el periodo 1953-1984.

B. Objetivos específicos

1. Determinar las características de la evolución del consumo de bienes industriales (electrodomésticos, vestimenta manufacturada y alimentos procesados) y su relación con la dinámica comercial y productiva de Costa Rica, para dar cuenta de los condicionantes socioeconómicos que intervinieron la consolidación de dicho consumo en el periodo 1953-1984.
2. Examinar la relación entre los cambios socio laborales y el consumo masivo de bienes industriales (vestimenta manufacturada, alimentos procesados y electrodomésticos) para dimensionar el rol de la sociedad salarial en la dinámica de la consolidación del consumo masivo de estos bienes durante el periodo 1953-1984.
3. Investigar la relación entre el consumo masivo de bienes industriales (vestimenta manufacturada, alimentos procesados y electrodomésticos) y las trasformaciones en los estilos de vida en Costa Rica, para ofrecer un acercamiento sociocultural sobre los nuevos patrones de consumo, en el periodo 1953-1984.

IV. Estado de la cuestión

A. Estudios sobre contexto global del consumo en el siglo XX

Este apartado presenta una revisión bibliográfica sobre el consumo a nivel global, por efectos de orden este balance se divide en: el fordismo, para explicar el funcionamiento de la economía capitalista y la producción masiva que le caracteriza, así como su impacto en el consumo y luego se pasa al tema del ascenso social procedente de la implantación de la economía capitalista. Aunque son temas que se traslapan en esta ocasión se separan porque hay obras en las que se priorizan los factores económicos y estructurales del capitalismo, y otras en las que se enfatizan los aspectos sociales de este modelo económico.

A1. El fordismo y el consumo de masas a nivel global

Estudios sobre contexto global del consumo en el siglo XX⁸ concuerdan en el rol hegemónico de Estados Unidos a nivel global dentro del nuevo orden económico basado en la producción serial, luego de haber pasado la Primera y Segunda Guerra Mundial. Después de la Primera Guerra Mundial con la “segunda revolución científica” las economías avanzadas dieron un giro hacia el mercado interno y se concentraron en la producción de bienes durables tales como: autos y electrodomésticos, a través de la producción fordista, que condujo a la fabricación en masa, a nuevas normas de consumo y estilos de vida en la historia económica reciente⁹.

En otro estudio¹⁰ se establece que el fordismo permitió a Estados Unidos instaurar su predominio económico a escala global y crear su propio patrón cultural de consumo

⁸Lizabeth. Cohen, *A consumers Republic the Politics of Mass Consumption in Postwar America*, New York: Knopf, 2003. (Review). L. Enrique Alonso. “La era del consumo” (Madrid: Siglo XXI de España Editores S.A, 2010). Alba Carosio, “El género del consumo en la sociedad de consumo”, *La ventana*. no 27 (2008).; Angus Maddison, *Historia Del Desarrollo Capitalista. Sus fuerzas dinámicas. Una visión comparada a largo plazo*, Editorial, S.A. (Barcelona, 1991).

⁹L. Enrique Alonso, *La era del consumo*, 36- 37.

¹⁰ Alba Carosio, “El género del consumo en la sociedad de consumo”, 138.

denominado *american way of life que* en resumen mezclaba el automóvil, el confort y los productos desechables; y que además comenzó a ser imitado en resto del mundo occidental¹¹.

Maddison por su parte expresa que, la producción industrial fue vital para que Estados Unidos se robusteciera, y explica el éxito industrial de esta nación como el resultado del gran apoyo que se le otorgó a la investigación tecnológica que condujo a nuevas técnicas de mercadeo, investigación de mercados, estrategias publicitarias, crédito, entre otras novedades¹².

A2. Mejoramiento social y generalización del consumo de masas a nivel global

Las obras halladas sobre esta temática¹³ hacen señalamientos principalmente sobre el consumo y su relación con el mejoramiento de la calidad de vida de las personas en el mundo capitalista. En una de estas, Alonso enfatiza el engrosamiento de las capas medias de la sociedad a nivel global durante el auge del consumo de masas, que en su mayoría estaban conformadas por obreros, debido al paso de actividades económicas extensivas a intensivas, que implicó la implantación del modelo económico capitalista que dentro de sus pretensiones tenía el hacer más accesible el consumo de bienes para crear un amplio mercado donde colocarlos. La dinámica anterior provocó una crisis en la demanda en la década de 1930 y para remediar dicha crisis la economía estadounidense y la europea, que eran líderes en este proceso, optaron por la reforma social y los modelos de Estados de Bienestar para ampliar el consumo de masas¹⁴. El consumo se volvió entonces un tema central en Estados Unidos tanto

¹¹ Alba Carosio, “El género del consumo en la sociedad de consumo”, 138.

¹² Angus Maddison, *Historia del desarrollo capitalista. Sus fuerzas dinámicas. Una visión comparada a largo plazo*, Editorial, S.A. (Barcelona, 1991), 39.

¹³ Luis Enrique Alonso, *La Era del Consumo* (Siglo XXI de España Editores S.A, 2010); Angus Maddison, *Historia Del Desarrollo Capitalista. Sus Fuerzas Dinámicas. Una Visión Comparada a Largo Plazo*. Lizabeth. Cohen, *A consumers Republic the Politics of Mass Consumption in Postwar America*, New York: Knopf, 2003. (Review).

¹⁴ Enrique Alonso, *La era del consumo*, 19.

así que, se llegó a equiparar el acceso a bienes de consumo con la calidad de la democracia en la sociedad estadounidense¹⁵.

La aplicación de regímenes de bienestar en el mundo capitalista fue una propuesta ideada por J. M Keynes, economista británico, que planteó el activismo fiscal y el aumento de empleo como agentes dinamizadores de las economías capitalistas que se hallaban estancadas a causa de la depresión de los años treinta y los estragos de la posguerra, esta nueva estrategia económica que enfatizaba la intervención estatal en la asuntos económicos fue rápidamente implementada por países como Estados Unidos, Francia, Alemania , Japón e Italia, dejándose atrás la premisa de la economía clásica sobre la autorregulación de los mercados, fue así como estas economías mundiales dieron mayor protagonismo al Estado en el crecimiento económico y lograron aumentar la capacidad de compra de los sectores más bajos que se beneficiaron de la seguridad social, lo cual consiguió crear una demanda creciente que mantuvo a flote a las economías capitalistas¹⁶. En general estos estudios coinciden que el consumo de masas pasó a ser indispensable para el funcionamiento del orden económico global.

B. Estudios de contexto sobre la sociedad del consumo en América Latina siglo XX

En este segundo apartado se presentan trabajos de contexto acerca del consumo masas en el ámbito latinoamericano, que se distribuyeron en tres sub apartados: mejoramiento social y consumo moderno en América Latina; la influencia estadounidense en la sociedad de consumo latinoamericana y por último la industrialización y el consumo masivo.

B1. Mejoramiento social y consumo moderno a nivel latinoamericano

Las obras bibliográficas revisadas¹⁷ muestran que para mitad del siglo XX América Latina tuvo un importante crecimiento en la población, la urbanización, la industria y la

¹⁵Lizabeth. Cohen, “A consumers Republic the Politics of Mass Consumption”, 236.

¹⁶ Angus Maddison, *Historia del desarrollo capitalista. Sus fuerzas dinámicas. Una visión comparada a largo plazo*, Editorial, S.A. (Barcelona, 1991).

¹⁷Rex Hopper, Cultura de Masas en Latinoamérica, *Revista Mexicana de Sociología*. 24, no. 3 (1962), 735-750. Fernando Rocchi, Consumir es un placer: La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado. *Desarrollo Económico* 37, no. 148 (1998): 533-558. Noemí Girbal y Ospital María, “Vivir con lo nuestro’: Publicidad y política en la Argentina de los años 1930”, *Revista Europea de Estudios*

dinámica comercial, y esto se reflejó en mejores condiciones de vida tal y como se indica a continuación:

Bajo el doble estímulo de la industrialización y la urbanización la población latinoamericana se ha más que duplicado de 80 millones en 1914 a 180 millones en 1959 pero la producción de bienes y servicios ha crecido aún más rápido y el estándar de vida ha mejorado¹⁸.

Dos de las obras¹⁹ coinciden en la relevancia que empezó a tener la clase media en la región Latinoamericana a mediados del siglo XX. En el caso argentino, por ejemplo, el sector medio de la población se había convertido en la base que mantenía buena parte de la industria interna²⁰. En síntesis, desde 1950 la calidad de vida había mejorado considerablemente en la región, debido al importante incremento del producto interno bruto (PIB) causado por la movilidad social que condujo al crecimiento de las capas medias que a su vez llevó a un aumento generalizado en el nivel de consumo en América Latina²¹.

B2. Industrialización y sociedad de consumo en América Latina

En cuanto a la conformación de la sociedad de consumo moderno estudios manifiestan que el arribo masivo de productos de consumo, provenientes especialmente de los Estados Unidos, fue lo que condujo a la conformación de una sociedad de consumo en América Latina que además trajo transformaciones culturales basadas en la imitación del *american way of life* es decir, el modelo de vida y consumo estadounidense²².

Latinoamericanos y del Caribe, no. 78 (2005):49-66. Víctor Bulmer-Thomas *La historia económica de América latina desde la Independencia*. (México: Fondo de Cultura Económica, 1998).

¹⁸ Rex Hopper, “Cultura de Masas en Latinoamérica”, 743.

¹⁹ Rex Hopper, “Cultura de Masas en Latinoamérica”, *Revista Mexicana de Sociología*. 24, no. 3 (1962), 735-750. Noemí Girbal y Ospital María, “Vivir con lo nuestro”: Publicidad y política en la Argentina de los años 1930”, *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, no. 78 (2005):

²⁰ Fernando Rocchi, “Consumir es un placer”, 541.

²¹ Rex Hopper, “Cultura de Masas en Latinoamérica”., 741

²²Noemí Girbal y Ospital María, “Vivir con lo nuestro”: Publicidad y política en la Argentina de los años 1930”, *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, no. 78 (2005): 49-66. Fernando Rocchi. Consumir

Con respecto a la industrialización de América Latina los estudios señalados indican que fue un proceso de alcance limitado ya que no consiguió concretarse. Lo que Rocchi ha denominado como la “modernidad periférica” al destacar que un país en desarrollo como Argentina fue incapaz de convertirse en un país netamente industrial a razón de su insuficiente número de consumidores, en relación con países con economías grandes²³.

Estudios como el de Bulmer-Thomas²⁴ plantean que el modelo de desarrollo interno elegido por los países latinoamericanos para enfrentar épocas de guerras mundiales los convirtió en asiduos consumidores de bienes estadounidenses. Este mismo autor indica que América Latina al pasar a ser una región consumidora de bienes manufacturados desaprovechó la oportunidad de producir y exportar este tipo de productos, en una época donde el comercio experimentó un gran auge, en lugar de concentrarse en productos agrícolas²⁵. Mientras por otra parte se culpa al reducido tamaño de los mercados latinoamericanos como el factor determinante del limitado alcance de los procesos de industrialización²⁶.

En resumen, las obras evidencian que el contexto latinoamericano de la segunda mitad del siglo XX en el cual se desarrolla la sociedad de consumo en América Latina se vio influido por lo acontecido en las economías mundiales, especialmente en Estados Unidos que se convirtió en esa época en el modelo de sociedad a seguir para los países latinoamericanos.

es un placer: La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado. *Desarrollo Económico* 37, no. 148 (1998): 533-558.

²³Fernando Rocchi, “Consumir es un placer”, 557.

²⁴ Víctor Bulmer-Thomas, *La historia económica de América Latina desde la independencia*.

²⁵Bulmer-Thomas, Víctor. *La historia económica de América latina desde la Independencia*. (México: Fondo de Cultura Económica, 1998), 306-307.

²⁶Fernando Rocchi, “Consumir es un placer”, 557.

B3. Alianza para el Progreso e industria en América Latina

Los estudios encontrados sobre el proyecto Alianza para el Progreso (ALPRO)²⁷ lo presentan como una formulación basada en la antigua ideología imperialista de Estados Unidos que fue cambiada a mi mitad del siglo XX por la idea de contribuir con la expansión del desarrollo, o lo que señaló uno de los estudios como el paso del imperialismo del “gran garrote” a la Buena Vecindad²⁸.

Estos trabajos sobre la ALPRO sostienen que la industrialización fue plasmada en este proyecto como la llave del desarrollo de América Latina. En este sentido, la región debía promover la sustitución de importaciones, la modernización agrícola y el avance tecnológico mientras Estados Unidos colaboraría con cuantiosos fondos económicos. La promoción del desarrollo y la industria es también destacada en estas obras como el tónico preventivo para evitar futuras revoluciones populares, como la sucedida en Cuba, que podían convertirse en amenazas para los intereses políticos y económicos de Estados Unidos.

Por otro lado, los trabajos señalados coinciden en que las ALPRO imponía a los países latinoamericanos transformaciones difíciles de cumplir, principalmente por los intereses oligarcas de estas naciones. Sin embargo, estos indican que la relevancia de esta iniciativa radicó en que finalmente Estados Unidos reconoce la importancia de esta región dentro de sus intereses y cambia su trato hacia ella al poner a su disposición ayuda económica sin precedentes.

²⁷ Rafael Domínguez y Gustavo Rodríguez, *Historia de la cooperación internacional desde una perspectiva crítica* (Barranquilla, Colombia: Editorial Uniautónoma, 2017); Sergio Bitar, “De la Alianza para el Progreso a la magia del mercado. Política económica de los Estados Unidos hacia América Latina” 24, n.º 93 (1984): 123-37; Felipe Herrera, “Alianza para el progreso : los postulados y las realizaciones”, *Estudios internacionales* 19, n.º 74 (1986): 125-32; Jorge Graciarena, “Desarrollo y Política: Algunas Consideraciones Sobre Dominación Oligárquica y la Alianza Para el Progreso en América Latina” 2, n.º 4 (1963): 121-45; Walter Krause, “La Alianza Para el Progreso”, *Journal of Inter-American Studies* 5, n.º 1 (1963): 67-81; Víctor L. Urquidí, “Latinoamérica ante la Alianza para el Progreso”, *Foro Internacional* 2, n.º 3 (1962): 369-90.

²⁸ Domínguez y Rodríguez, *Historia de la cooperación internacional desde una perspectiva crítica*, 114.

C. Estudios de contexto sobre la sociedad de consumo en Centroamérica

C1. Economía agroexportadora e inicio del consumo moderno

Las obras de síntesis acerca del contexto económico de Centroamérica contemporánea son pocas; el estudio que ha sido referente en esta materia es la obra Bulmer-Thomas²⁹ donde se establece que la región latinoamericana experimenta una bonanza económica entre fines del siglo XIX e inicios del XX debido a la exitosa producción y exportación de bienes agrícolas café y banano principalmente, que implicó una transformación al interior de las élites como se describe a continuación “la élite tradicional, constituida por una pequeña clase comerciante y de terratenientes comenzó a ser reemplazada por un grupo poderoso asociado con el sector exportador ya fueran agricultores, comerciantes o financistas”³⁰. Aunque en este estudio el tema del consumo de masas no se aborda, si detalla el factor clave que abrió paso a este consumo, que fue el auge agroexportador, que permitió mejorar las economías nacionales y por consiguiente la calidad de vida de los centroamericanos durante las primeras décadas del siglo XX.

C2. Industrialización y consumo en Centroamérica

Existe un vacío en cuanto a trabajos bibliográficos exclusivos sobre la industrialización centroamericana, sin embargo, existen obras que tratan el tema de forma tangencial como el libro de Bulmer -Thomas sobre la economía de América Latina donde se indica que a pesar de la gran demanda mundial de productos manufacturados, Centroamérica al igual que el resto de América continuó priorizando la exportación bienes primarios dejando de lado los productos industriales, debido al relativamente fácil acceso a bienes de fabricación estadounidense principalmente y al exitosa diversificación de exportaciones en la segunda mitad del siglo XX³¹. Lo anterior es señalado por otro estudio³² que destaca la

²⁹ Bulmer, Thomas. *La economía Política de Centroamérica desde 1920*. (San José, Costa Rica: Editorial Universitaria Centroamericana, EDUCA, 1989).

³⁰ Víctor Bulmer, *La economía Política de Centroamérica desde 1920*, 2-5.

³¹ Víctor Bulmer, *La historia económica de América latina*, 307.

³² Rafael Rodríguez, “Cultura de élites y cultura popular en la época de la sociedad de masas (1930-1979)”, *Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades* no.79 (2001): 89-98.

década de 1950 como la época en que Estados Unidos permeó con más fuerza la región por su necesidad de expandir el mercado para sus bienes manufacturados y para lo cual primero se debía modernizar las poblaciones de Centroamérica hasta crear sociedades des consumo interesadas por los bienes estadounidenses, lo cual desestimulaba el impulso interno de industrialización³³.

D. Estudios de contexto sobre el consumo de masas en Costa Rica entre 1953- 1984

Los estudios sobre consumo en Costa Rica en la segunda mitad del siglo XX se encuentran segmentados en este apartado en: estudios sobre el desarrollo industria, la influencia de los medios de comunicación, la conflictividad social y el papel de los roles de género en relación con el consumo de masas.

D1. Modelo agroexportador base del consumo moderno

Existen estudios³⁴ que coinciden en la importancia que tuvo la diversificación de productos de exportación a mitad del siglo XX en la economía nacional. Este fue un proceso iniciado en la década 1940 y consolidado hasta fines de los años cincuenta cuando al inventario de productos agrícolas de carácter comercial se le añadieron el algodón, el azúcar y la carne³⁵. Esta modificación fue necesaria justo después de la coyuntura de la Segunda Guerra Mundial cuando se evidenció la fragilidad de la economía costarricense derivada de la dependencia de sólo dos productos postres: el banano y el café³⁶. Además, dicha ampliación hizo que Costa Rica destacara en los años sesenta como la nación centroamericana mejor preparada para afrontar la renovación del modelo económico capitalista que fortalecería la dinámica comercial del país³⁷. Todo lo anterior lo comparten

³³ Ibid., 92 - 95.

³⁴ Víctor Bulmer-Thomas, *La economía política de Centroamérica desde 1920*. (San José, Costa Rica: Editorial Universitaria Centroamericana, 1989); Jorge León, Justo Aguilar, Manuela Chacón, Gertrud Peters, Antonio Jara, María Villalobos, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. Crecimiento y las políticas económicas*. (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2014).

³⁵ Víctor Bulmer-Thomas, *La economía política de Centroamérica desde 1920*, 173.

³⁶ Víctor Bulmer-Thomas, *La economía Política de Centroamérica desde 1920*, 173.

³⁷ Víctor Bulmer-Thomas, *La economía política de Centroamérica desde 1920*, 173.

León et al., sin embargo, subrayan que unido a esta diversificación se continúa impulsando fuertemente la actividad cafetalera y bananera.³⁸.

En otra obra³⁹ se resalta más el rol de la actividad cafetalera en esta época y se le presenta como el factor responsable de la urbanización del Valle Central, la expansión urbana que a través de la creación de conexiones entre las comunidades aledañas con la capital por medio de la extensión de la red de comunicaciones y transportes. Lo que llevó a migraciones de San José hacia lugares menos bulliciosos y contaminados, conurbación de las demás ciudades del Valle Central, despersonalización de las actividades cotidianas, una mayor segregación social, el aumento y mejor distribución del ingreso, y que generó también cambios en el consumo originados en la transformación del comercio que pasó de un comercio artesanal a un consumo de masas después de 1960⁴⁰.

D2. Industrialización y desarrollo del consumo de masas

Existe un vacío bibliográfico sobre la temática del consumo en relación con el desarrollo industrial en Costa Rica, sin embargo, obras como la Jorge León et al.⁴¹ destacan que la industrialización y el consumo de masas tuvo como plataforma la economía agroexportadora, pues esta nunca perdió su preponderancia aun en el auge industrial ya que continuaba siendo el sector económico más fuerte y el que financiaba a los demás. Entre las décadas de 1940 y 1960 se experimentó un aumento en los salarios, debido al incremento de las exportaciones del café y banano que contribuyeron a elevar la demanda de productos manufacturados duraderos (enferes de hogar, automóviles) y no duraderos (alimentos

³⁸ Jorge León, Justo Aguilar, Manuel Chacón, Gertrud Peters, Antonio Jara, María Villalobos, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. Crecimiento y las políticas económicas*, 186.

³⁹ Iván Molina, *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, 2002).

⁴⁰ Iván Molina, *Costarricense por dicha: identidad nacional y cambio cultural*, 182.

⁴¹ Jorge León, Nelson Arroyo y Andrea Montero, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. La industria en Costa Rica en el siglo XX*. (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2016).

procesados, vestido, etc.)⁴². Al mismo tiempo la industria interna tuvo un rápido crecimiento y adquirió un puesto preponderante en la economía del país convirtiéndose en el tercer empleador en el decenio de 1960 después del sector agrícola y el de servicios debido a que, la industria nacional logró satisfacer gran parte de la demanda de bienes manufacturados lo que se vio reflejado en el aumento de las materias primas y bienes de capital⁴³.

D3. Difusión del consumo moderno y medios de comunicación masiva

El tema del consumo de masas es señalado en estas obras⁴⁴ como parte del entramado ideológico dominante de la época en donde se destaca el rol que comienzan a tener los medios de comunicación a partir de la segunda mitad del siglo XX. La progresiva presencia del radio y sobre todo de la televisión en los hogares costarricenses que para 1979 ya se encontraba en el 80% de los hogares del área metropolitana hizo que a partir de esta época los medios de comunicación masiva se convirtieran en aliados de los sectores dominantes para legitimar su poder⁴⁵. En este sentido, el medio de comunicación televisivo pasó a ser difusor de la cultura estadounidense basada en el consumo de masas⁴⁶. Lo cual terminó de consolidar la idea de modernización en la sociedad costarricense de esa época.

⁴² Jorge León, Nelson Arroyo y Andrea Montero, *Historia Económica de Costa Rica En El Siglo XX. La Industria en Costa Rica en El Siglo XX.*, 115.

⁴³ *Ibid.*, 116 y 119.

⁴⁴ Rafael Cuevas, *El punto sobre la "i": políticas culturales en costa Rica (1948-1990)*, Ministerio de Cultura Juventud y Deportes Dirección de publicaciones (San José, Costa Rica, 1995); Iván Molina, *Costarricense por dicha: identidad nacional y cambio cultural en Costa Rica durante los siglos XIX y XX.*, 2002.

⁴⁵ Rafael Cuevas, *El punto sobre la "i": políticas culturales en Costa Rica (1948-1990)* (San José, Costa Rica: Ministerio de Cultura Juventud y Deportes, Dirección de Publicaciones, 1995), 218-220.

⁴⁶ Iván Molina, *Costarricense por dicha: identidad nacional y cambio cultural*, 182.

D4. Conflictividad social y sociedad de consumo

Hay estudios⁴⁷ en lo que se refiere a los conflictos sociales derivados de la formación de la sociedad de consumo en Costa Rica como factores desencadenantes el aumento de población y la creciente urbanización del Valle Central en la segunda mitad del siglo XX. La forma desordenada en que se dio el crecimiento urbano acabó en falta de servicios de agua y alcantarillado y esto condujo a que entre 1950 y 1960 se diera una reordenación entre la conexión del Estado y la sociedad bajo la conflictividad producto de quejas de la ciudadanía en contra de las alzas tarifarias de los servicios públicos⁴⁸. El proceso modernizador que vivió el país durante el periodo del Estado desarrollista, fue desigual y para muchos implicó un alto costo económico y por esta razón sectores de la población que no podían encarar los gastos de esta nueva modernidad comenzaron a reclamar y tomar consciencia de que ya no eran sólo ciudadanos sino también consumidores, y que como tales habían adquirido nuevos derechos⁴⁹.

D5. Roles de género y el consumo moderno

Los trabajos de género⁵⁰ concuerdan que desde el siglo XIX los roles de género estaban rigurosamente delimitados. El modelo de familia se moderniza como parte del discurso liberal con la secularización e higienización, esta última sirvió para justificar la regulación sobre la moral sexual y doméstica que condujo a la creación de una serie de

⁴⁷ Iván Molina, *Costarricense por dicha: identidad nacional y cambio cultural en Costa Rica durante los siglos XIX y XX.*, 2002; Patricia Alvarenga, *De vecinos a ciudadanos: movimientos comunales y luchas cívicas en la historia contemporánea de Costa Rica* (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2009).

⁴⁸ Patricia Alvarenga, *De Vecinos a Ciudadanos: Movimientos Comunales y Luchas Cívicas En La Historia Contemporánea de Costa Rica.*(San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2009) ,122.

⁴⁹ *Ibid.*, 120.

⁵⁰ Virginia Mora Carvajal, “Rompiendo Mitos y Forjando Historia. Mujeres Urbanas y Relaciones de Género en el San José de los años veinte” (Universidad de Costa Rica, 1998); Virginia Mora Carvajal, “Mujer e Historia: La Obrera Urbana En Costa Rica (1892-1930)” (Universidad de Costa Rica, 1992); Eugenia Rodríguez, “Las Familias Costarricenses,” in *La Familia En Iberoamérica, 1550-1980.* (Bogotá: Colombia: Nomos S.A., 2004).

políticas públicas en contra de males venéreos, prostitución y alcoholismo⁵¹. Estas medidas fortalecieron mucho más el modelo de familia nuclear donde la mujer debía cumplir con su labor de madre, esposa, ama de casa y principal educadora de los futuros ciudadanos, mientras el hombre debía ser la cabeza de familia y el proveedor económico⁵². Esta visión patriarcal consideraba a la mujer un individuo emocional, con debilidades intelectuales y que por ende requería de la protección masculina⁵³.

Estudios que abordan los roles de género en el siglo XX⁵⁴ señalan que conforme avanzaba el siglo XX el discurso liberal de los roles de género se ponía más en entredicho por la mayor inserción de la mujer en la educación y en el mundo laboral, factores que empoderaron a las mujeres económica y emocionalmente para exigir un trato equitativo en las labores del hogar y crianza de los hijos; mientras para la contraparte masculina estas transformaciones significaron pérdida de autonomía y autoridad dentro del círculo familiar aunque en el ideal de proveedor no decayó por completo⁵⁵. Entonces desde primeras décadas del siglo XX, la educación y el trabajo remunerado comenzaron a ser agentes de transformación y ascenso social para las mujeres⁵⁶.

El trabajo femenino entonces retó el orden social desde fines del siglo XIX que junto a corrientes como el feminismo despertaron discusiones sobre los roles de género preestablecidos, esto significa que los roles de género se determinan culturalmente y mutan de acuerdo a los cambios que tenga la sociedad y fue esta condición que abrió paso a una nueva cultura basada en el capitalismo y que permitió a las mujeres para ser más partícipes del trabajo remunerado y por consiguiente del consumo⁵⁷.

⁵¹ Eugenia Rodríguez, "Las Familias Costarricenses.", 192.

⁵² Ibid., 193.

⁵³ Alfonso González Ortega, "*Vida Cotidiana En La Costa Rica Del Siglo XIX*", 149.

⁵⁴ Eugenia Rodríguez, "Las familias costarricenses"; Virginia Mora Carvajal, "Rompiendo mitos y forjando historia. Mujeres urbanas y relaciones de género en el San José de los años veinte"; Virginia Mora Carvajal, "Mujer e historia: La obrera urbana en Costa Rica (1892-1930)".

⁵⁵ Eugenia Rodríguez, "Las familias costarricenses"., 194.

⁵⁶ Virginia Mora Carvajal, "Mujer e Historia: La Obrera Urbana", 137.

⁵⁷ Virginia Mora Carvajal. "Mujer e Historia: La Obrera Urbana",150.

El tema del consumo es poco común en los trabajos de género, sin embargo, Mora destaca que el acceso al consumo de bienes de moda por parte de las mujeres, especialmente las obreras, obedeció al contexto de los primeros pasos de la industria nacional. En este sentido, el consumo no era sólo una práctica de imitación y ostentación sin lógica alguna sino un resultado más del sistema capitalista donde las mujeres empezaron a ser consideradas protagonistas⁵⁸.

Desde fines del siglo XIX la mujer se incorporó cada vez más en el mercado laboral sin embargo indica que la división de trabajo público y trabajo doméstico que hacía que la mujer estuviera encerrada en el hogar en la primera mitad del siglo XX, paradigma que empezó a romperse en parte también por el papel de las empleadas domésticas en la emancipación del hogar por parte de las mujeres de clase media, ya que el tener acceso al servicio doméstico se les permitió a estas mujeres tener mayor participación en ámbito laboral y en la lucha social por las reivindicaciones de género⁵⁹. Estudios como el de Ortega⁶⁰ señalan que, para intentar detener esta transformación, a partir de la década de 1950 el hogar se convirtió en un aposento lleno de facilidades y entretenimiento con el fin de mantener la subyugación de la mujer evitando la tentación de incurrir en el mundo varonil⁶¹.

E. Consumo doméstico de bienes industriales a nivel global

Las obras sobre consumo masivo a escala global en la segunda mitad del siglo XX e están divididas en este apartado en: estudios sobre consumo de tecnología doméstica y estudios de consumo alimenticio.

⁵⁸ Virginia Mora Carvajal, "Mujer e Historia: La Obrera Urbana", 150.

⁵⁹ George García, "Formación de la clase media en Costa Rica. Economía, sociabilidades y discursos políticos (1890-1950)" (Maestría, Universidad de Costa Rica, 2011), 122.

⁶⁰ Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)* (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2005).

⁶¹ Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra*, 13-14.

E1. Estudios sobre consumo de tecnología doméstica

Estas obras sobre consumo de tecnología doméstica⁶² parten de un enfoque estructuralista y coinciden en que la expansión del consumo de este tipo de bienes fue posible por las facilidades que ofrecía el crédito.

En Riverside, Estados Unidos la rápida propagación del radio con respecto a los demás artefactos, considerados en la década de 1930 bienes de lujo, evidenció la necesidad de la ayuda estatal o privada para que la clase media pudiera adquirirlos, fue así como el contexto de la crisis de los años treinta se convirtió en el escenario ideal para que los electrodomésticos saltaran al consumo masivo a través de las normas del *New Deal* que permitieron mantener a flote la industria al propiciar el despunte del consumo de la clase media. Como se señala a continuación: “The New Deal’s reconstructing of the market made refrigerators and national and local subsidization of refrigerator purchases made refrigerators a mass –rather than luxury- appliance”⁶³. Esta masificación de artefactos domésticos en resumen trajo durante las décadas de 1940 y 1950 un significativo mejoramiento de la calidad de vida principalmente de la clase media⁶⁴.

En Inglaterra también se experimentó una expansión similar en el consumo de electrodomésticos en la década de 1930 sin embargo, en este caso se destaca el papel de las empresas eléctricas que tenían en sus manos el crédito para la adquisición de estos bienes⁶⁵. Como se lo refleja a continuación “the electricity undertakings were interested in promoting

⁶² Ronald Tobey, *Technology as a freedom. The new deal and the electrical Modernization of the american home*. (Los Angeles, California: University of California Press, 1996); Sue Bowden, “Credit Facilities and the Growth of Consumer Demand for Electric Appliances in the 1930s”, *Business History*, 1, n.º 32 (1990): 52-75; Gaspar Brandle, “Consumo y cambio social en España: evolución en el equipamiento doméstico(1983-2005)”, *Reis*, n.º 120 (2007): 75-114; Raquel Reyes, “Modernizing the Manileña: technologies of conspicuous consumption for the well-to-do woman. circa 1880s-1930s”, *Modern Asian Studies*, 46, n.º 1 (2012): 193-220. Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970*, 1.ª ed. (Buenos Aires: Biblos, 2012).

⁶³ Ronald Tobey, *Technology as a Freedom*, 162.

⁶⁴ *Ibid.*, 167.

⁶⁵ Sue Bowden, “Credit Facilities and the Growth of Consumer Demand” ,52 y 54.

the widespread use of these appliances not for the profit on rentals or credit, but for the increased domestic consumption of electricity which would result”⁶⁶. Sin embargo Bowden toma en cuenta que aparte de las facilidades ofrecidas por el crédito otro factor que desato el consumo de estos bienes fue el encarecimiento del gas y el abaratamiento de la electricidad en la década de 1930⁶⁷.

Por otro lado, Filipinas prueba que la nueva tecnología doméstica (cocinas, percoladores, calentadores, planchas, parrillas y refrigeradores) fue introducida a fines del siglo XIX resultado de un fenómeno de imitación de las burguesías europeas y americanas que promovían la urbanidad y sofisticación⁶⁸. Sin embargo, fue hasta la década de 1920 que estos bienes experimentaron un crecimiento en su consumo debido al surgimiento de la clase media filipina producto del éxito agroexportador a inicios de siglo. Además, otro factor que colaboró con dicha transformación fue la colonización por parte de Estados Unidos que impuso un nuevo estilo de vida en Filipinas por medio de la educación y la publicidad como lo indica la cita siguiente “american advertising campaigns employed aggressive tactics that capitalized on a preexisting familiarity with foreign good”⁶⁹.

En el caso de España el consumo de estos bienes también se estableció a razón de imitar economías avanzadas como Estados Unidos, y por la intervención estatal por medio del Plan de Estabilización de 1959⁷⁰. La década de 1970 presencié un aumento importante en el consumo doméstico sin embargo continuaron las desigualdades en el acceso a los bienes industriales como se describe a continuación: “a mitad de los años setenta televisores, frigoríficos y lavadoras solo tenían las familias acomodadas que vivían en la ciudad”⁷¹.

Las obras de este apartado desarrollan el tema del consumo de consumo en diferentes partes del mundo y comparten varios puntos, por ejemplo, el hecho de que el consumo generalizado de electrodomésticos hubiese sido casi imposible en las primeras décadas del

⁶⁶ Ibid., 54.

⁶⁷ Ibid., 66.

⁶⁸ Raquel Reyes, “Modernizing the Manileña: Technologies of Conspicuous Consumption”, 194.

⁶⁹ Ibid., 218.

⁷⁰ Gaspar Brandle, “Consumo y Cambio Social En España: Evolución En el Equipamiento doméstico”, 82-83.

⁷¹ Ibid., 86.

siglo XX sin el crédito o que la expansión del consumo de electrodomésticos se dio en buena parte por la influencia de economías avanzadas como la de Estados Unidos.

E2. Estudios de consumo alimenticio a nivel global

Los estudios sobre el consumo alimenticio incluidas aquí⁷² concuerdan en que la industrialización entre fines del siglo XIX e inicios del XX produjo una transformación en la manera de preparar los alimentos al pasar de la elaboración de comida en las cocinas de las casas a la producción industrial.

Hubo diferentes elementos relacionados con este tipo de consumo como: la creciente urbanización, el nuevo rol de la mujer en el mundo laboral fuera del hogar y los movimientos sociales llevados a cabo por consumidores que querían regular el mercado⁷³. Se destaca también que la comida enlatada inició a fines del siglo XIX sin embargo fue hasta varias décadas después, al término de la II Guerra Mundial, que fue aceptada por la mayoría de consumidores, al principio las personas en los Estados Unidos se mostraron desconfiadas sobre este tipo de alimentos porque padecimientos como el botulismo y los envenenamientos se asociaban con la comida enlatada. Dicha situación cambió con el proceso de esterilización originado en la década de 1930, que aseguró a los consumidores que no correr más peligros, no obstante, el miedo continuó hasta mitad de siglo cuando el arribo del refrigerador unido a la transmisión de datos confiables sobre la manipulación de la comida enlatada disminuyó los envenenamientos⁷⁴. Esto mismo sucedió en Alemania cuando a inicios del siglo XX este tipo de alimentos generaron desconfianza en los consumidores que temían envenenamientos

⁷² Gabriella M. Petrick, “An Ambivalent Diet: The Industrialization of Canning”, *OAH Magazine of History*, 24, n.º 3 (2010): 35-38; Gerard J. Fitzgerald y Gabriella M. Petrick, “In Good Taste: Rethinking American History with Our Palates”, *OAH Magazine of History*, 95, n.º 2 (2008): 392-404; Uwe Spiekermann, “Twentieth-Century Product Innovations in the German Food Industry”, *The Business History Review*, 83, n.º 2 (s. f.): 291-315; Jeffrey Pilcher, *Food in World History* (New York: Routledge, 2006).

⁷³ Jeffrey Pilcher, *Food in World History*, 52.

⁷⁴ Gabriella M. Petrick, “An Ambivalent Diet,” 35-37.

o dudaban de los efectos de los perseverantes, colorantes y del valor nutricional, sin embargo, los cambios en el procesamiento de alimentos pronto disminuyeron los envenenamientos ⁷⁵.

En el avance tecnológico de la industrialización de la comida intervinieron múltiples factores partiendo, el yogurt por ejemplo se dio a conocer comercialmente en Alemania desde 1906⁷⁶ sin embargo, fue hasta la década de 1930 cuando se incrementó de manera importante su consumo debido a la pasteurización obligatoria de la leche en Alemania que detuvo la práctica de curtir la leche en los hogares, para la década de 1960 el yogurt se innova con la agregación de frutas favoreciendo así su consumo masificado⁷⁷. El consumo masivo de yogurt a mitad del siglo XX fue entonces el resultado de una serie de factores estructurales: innovación tecnológica, concentración de la industria lechera, expansión del uso de refrigeradores en tiendas y casas, los avances en ciencia y nutrición y la distribución masiva del yogurt⁷⁸.

Por otro lado, la industrialización alimentaria de la lechuga Iceberg y la soda o bebida gasificada en Estados Unidos, se determinó en el caso de la lechuga por la disponibilidad durante todo el año de esta especie rasgo que la convirtió en un producto comercial que luego de la II Guerra Mundial pasó a considerarse un alimento básico para los estadounidenses⁷⁹. Mientras el éxito de las bebidas gaseosas tuvo mayor relación con: las fuerzas culturales, la abundancia, disponibilidad, la preocupación de padres sobre el consumo de alcohol en los jóvenes, comer fuera de casa y querer encajar con los amigos⁸⁰. Estos trabajos coinciden en que el vínculo entre los hogares y la producción industrial fue un fenómeno que transformó, en el siglo XX, la dieta y las formas de preparar alimentos.

La industrialización y comercialización de alimentos dio inicio entre fines del XIX e inicios del XX como se destaca en la modernización de Texas que luego de haberse adherido a Estados Unidos la multiculturalidad entre lo mexicano y lo estadounidense hizo de este

⁷⁵ Uwe Spiekermann, "Twentieth-Century Product Innovations", 307-310

⁷⁶ Ibid., 298.

⁷⁷ Ibid., 303.

⁷⁸ Ibid., 304.

⁷⁹ Gerard J. Fitzgerald y Gabriella M. Petrick, "In Good Taste: Rethinking American History", 400.

⁸⁰ Ibid., 403.

lugar en el centro de la industria de la comida mexicana⁸¹. Lo empresarios aprovecharon dicha situación e industrializaron comidas tradicionales mexicanas como los tamales de maíz y los convirtieron en productos de distinción y modernidad⁸².

F. Consumo doméstico de bienes industriales a nivel latinoamericano

F1. Consumo de vestimenta manufacturada

Estudios sobre consumo de vestimenta manufacturada⁸³ concuerdan en que en América Latina durante las primeras décadas de siglo XX hubo un apogeo económico derivado del éxito de las exportaciones que permitió la mejoría de sueldos y por consiguiente el aumento del consumo de bienes importados. Por ejemplo, Argentina en la década de 1940 los salarios de los trabajadores subieron en un 62% lo que desató el consumo tanto de alimentos y prendas de vestir tal y como lo indica el siguiente testimonio de una trabajadora de la época, “con Perón conocimos muchas cosas, una media de nylon, un regio vestidito”⁸⁴.

El desarrollo industrial en la región trajo el establecimiento de las maquilas en sitios específicos como la zona con Estados Unidos donde este tipo de fábricas comenzaron a proliferar en las décadas de los años setenta y ochenta, fenómeno que condujo a la creación de una clase media obrera, producto del mejoramiento de las condiciones de vida, y de la infraestructura comercial necesaria para intensificar el consumismo⁸⁵.

⁸¹ Vanesa Fonseca, “De la plaza a la lata. La industrialización de los tamales por Gebhardt Chili. Powder Co. Texas 1898-1924”, en *Alimentos, consumo y calidad en la construcción de la identidad mesoamericana*, comp. Patricia Vega (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica ,2012), 38.

⁸² Vanesa Fonseca, “De la plaza a la lata. La industrialización de los tamales”, 57-59.

⁸³ Natalia Milanesio, *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*. (Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2014). Leslie Sklair y Marcela Pineda Camacho, “Las Maquilas En México: Una Perspectiva Global,” *Revista Mexicana de Sociología*, 54, no. 2 (1992): 163–83. Alfonso Mercado García, Antonio Juárez Cano y Jesús Aristy Melo, “Un estudio sobre la transferencia de tecnología en la industria mexicana del vestido”, *Demografía y economía*, 14, no. 2 (1980): 179-213.

⁸⁴ Natalia Milanesio, *Cuando los trabajadores salieron de compras*, 20.

⁸⁵ Leslie Sklair y Marcela Pineda Camacho, “Las Maquilas En México: Una Perspectiva Global,” *Revista Mexicana de Sociología*, 54, no. 2 (1992): 163–83.

El aumento de la demanda de prendas de vestir industrializadas sucedió en este país al igual que el resto de la región latinoamericana gracias a las mejoras en la economía a mitad del siglo XX y el aumento demográfico, que provocaron la mayor demanda de este tipo de prendas modificando así los hábitos de consumo en la sociedad mexicana, que previo a esto consumía mayor cantidad de telas para la confección artesanal de vestuario⁸⁶.

F2. Consumo de alimentos procesados

Un estudio sobre el consumo de alimentos procesados en México⁸⁷ demuestra que productos como: la leche condensada, leche en polvo, leche evaporada, café instantáneo y el pan en caja comenzaron a inundar el país entre las década de 1940 y 1950, periodo en el que se desarrolla el estilo de vida moderno, que hizo posible el paso de una sociedad basada en la subsistencia a una de consumo de productos industriales, convertidos a partir de ese momento en estandartes de la clase media al asociarse con el progreso material y la economía estadounidense⁸⁸.

F3. Consumo de bienes durables

El estudio de Román⁸⁹sobre la importación de bienes durables tales como carros y vehículos, instrumentos musicales, relojería, máquinas de coser, artículos de fotografía y plumas estilográficas entre fines del siglo XIX e inicios del XX señala que la evolución de la adquisición de estos bienes fue ascendente en todo América Latina , debido al mejoramiento de la renta per cápita en la regio sin embargo, se indican disparidades entre los países en

⁸⁶ Alfonso Mercado García, Antonio Juárez Cano y Jesús Aristy Melo, "Un estudio sobre la transferencia de tecnología en la industria mexicana del vestido", *Demografía y economía*, 14, no. 2 (1980): 179–213..

⁸⁷ Sandra Aguilar, "La mesa está servida comida y vida cotidiana en el México de mediados del siglo XX", *Revista de Historia Iberoamericana*. 2, no 2, (2009): 52-85.

⁸⁸ Sandra Aguilar, "La mesa está servida comida y vida cotidiana en el México",53-59

⁸⁹ Carolina Román, *Importación de bienes de consumo duradero y crecimiento económico en América Latina (1890-1913)*. (Programa Interuniversitario de Doctorado en Historia e Instituciones Económicas. Universidad de Barcelona, 2006).

relación con la capacidad importadora que variaba de acuerdo a los niveles de renta, la variación de precios y cambios en el consumo⁹⁰.

En otro estudio acerca del consumo de bienes durables en Argentina, específicamente de electrodomésticos, se describe este fenómeno como un cambio socio cultural que fue posible en gran parte por la promoción de políticas de bienestar, y destaca la década de 1960 como la época de mayor difusión de este tipo consumo que se basaba en el paradigma de modernización de Europa y Estados Unidos⁹¹.

G. Consumo doméstico a nivel Centroamericano

Las obras sobre consumo doméstico a escala centroamericana son escasas, no obstante, los estudios hallados⁹² señalan que a inicios del siglo XX Centroamérica era mostrada al extranjero como una región flamante de boyantes economías agrícolas con la mirada puesta en el progreso lo que se proyectaba era entonces “la imagen de un trópico paradisiaco, armonioso y colmado de tierras y gentes dispuestas para dar frutos abundantes”⁹³. Sin embargo, la realidad de esa época en esta región era distinta, grandes poblaciones indígenas sin tierra, elevadas dosis de violencia estatal y grandes contrastes entre clases altas y bajas que hacían del consumo de bienes fabriles una práctica reservada para la élite⁹⁴ lo que además implicó la entrada del capitalismo europeo y estadounidense a la región como lo indica Ayerdis para el caso de Nicaragua al destacar el papel de la importación de bienes provenientes de esos mercados a inicios del siglo XX⁹⁵.

Esta nueva dinámica desestimuló la industria interna ya que, la dependencia de las economías centroamericanas hacia el café llevó a la compra de estos bienes fabricados por

⁹⁰ Ibid., 35, 39 y 48.

⁹¹ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970*: 24.

⁹² Miguel Ayerdis, “Consumo poder e identidad del siglo XIX e inicios del XX en Nicaragua (una aproximación)”. *Instituto de Historia en Nicaragua y Centroamérica* 6, no. 6 (2004): 1-27. Patricia Vega, “Centroamérica en oferta. Los libros azules (1914-1916)”, *Anuario de Estudios Centroamericanos* 35, no.36 (2009-2010): 69-105

⁹³ Patricia Vega, “Centroamérica en oferta. Los libros azules (1914-1916)”, 73.

⁹⁴ Ibid., 84.

⁹⁵ Miguel Ayerdis, “Consumo poder e identidad del siglo XIX e inicios del XX en Nicaragua”, 11.

los países que manejaban el mercado internacional⁹⁶. Lo cual condujo al surgimiento de nuevos grupos en la sociedad como obreros y artesanos que necesitaban de materiales foráneos, además de nuevas dietas y estilo de vestimenta dentro de las clases más acaudaladas⁹⁷. Es importante señalar que, estos trabajos acerca del consumo en Centroamérica se concentran entre finales del siglo XIX e inicios del XX, para la segunda mitad del siglo XX y el siglo XXI los estudios de consumo doméstico con perspectiva histórica para esta región son prácticamente inexistentes.

H. Consumo doméstico a nivel costarricense

Los trabajos sobre consumo en Costa Rica ubicados dentro del periodo de estudio son principalmente de consumo alimenticio. Hay obras⁹⁸ que comparten la tesis de que el consumo de alimentos, como los tamales y el café, en lugar de dividir las clases sociales las aglutinaron, en el caso del tamal este singular platillo adquirió diferentes formas de prepararse en distintos países latinoamericanos y a pesar de que en ocasiones este plato ha sido considerado vulgar o pesado no desapareció de la dieta costarricense y más bien se consolidó como un platillo tradicional y festivo⁹⁹. Mientras sobre el consumo del café, se expone que su ingesta se generalizó entre la población costarricense a inicios del siglo XX a razón de ser un producto cultivado en el país, aunque se subraya que el hábito de consumirlo frecuentemente fue una costumbre adoptada de Europa¹⁰⁰.

El consumo como un aglutinador social dentro de una sociedad de consumo creaba aspiraciones sociales que representaban una identidad nacional, identidades de género y etarias, en este sentido a mitad del siglo XX la identidad del país conformada por elementos

⁹⁶ Miguel Ayerdis, “Consumo poder e identidad del siglo XIX e inicios del XX en Nicaragua”, 9. Patricia Vega, “Centroamérica en oferta. Los libros azules”, 89.

⁹⁷ Miguel Ayerdis, “Consumo poder e identidad del siglo XIX e inicios del XX en Nicaragua”, 11.

⁹⁸ Patricia Vega, *Con sabor a tertulia: historia del consumo del café en Costa Rica. 1840-1940.*; Patricia Vega, *Alimentos consumo y calidad en la identidad de la construcción mesoamericana.* (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2012).

⁹⁹ Patricia Vega, *Alimentos consumo y calidad en la identidad de la construcción mesoamericana.* (San José, C.R: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2012):4-35.

¹⁰⁰ Vega, Patricia. *Con sabor a tertulia: historia del consumo del café en Costa Rica, 1840-1940.* (San José: Editorial Universidad de Costa Rica, 2004): 224.

oficiales y no oficiales, estaba permeada de las principales aspiraciones sociales de aquella época que eran la belleza, la juventud y alegría, a esta última se le vincula también con el consumo de licor que se convirtió en un potenciador de esa identidad tanto hombres como mujeres jóvenes que eran considerados consumidores activos de estas bebidas¹⁰¹. El caso del consumo del “Gallo Pinto” es otra muestra de que el consumo alimenticio puede ser un aglutinador social, este fue un platillo que surge en la costa Atlántica ideado por los esclavos africanos y que de ahí fue difundido al resto del país, producto de las migraciones internas provocadas por la actividad bananera¹⁰².

Otros estudios¹⁰³ revelan que el consumo de alimentos funciona también como un factor de distinción sucedió en las bananeras de Costa Rica donde existieron diferencias de consumo entre peones (afro caribeños, chinos italianos y los jefes de cuadrillas (extranjeros norteamericanos)¹⁰⁴ que marcaron definitivamente los límites de cada grupo étnico y les permitió reproducir su propia identidad dando origen a múltiples identidades colectivas¹⁰⁵. Por otro lado, Vega demuestra que el consumo de bebidas alcohólicas sirvió para marcar diferencias sociales en las primeras décadas del siglo XX¹⁰⁶.

El consumo en relación con la belleza femenina también ha sido considerado como un agente de diferenciación social. La sociedad de consumo introdujo nuevos rituales de belleza y concursos de belleza que comenzaron a lucrar con la belleza femenina por medio de la comercialización ejercida por las franquicias dueñas de concursos femeninos o de la

¹⁰¹ María Barboza, “Publicidad e Identidades. La publicidad de bebidas alcohólicas en Costa Rica (1950-1959)”. *Reflexiones* 90, no. 2 (2011): 37–51.

¹⁰² Theresa Preston-Werner, “Gallo Pinto’: Tradition, Memory, and Identity in Costa Rican Foodways”. *The Journal of American Folklore* 122, no. 483 (n.d.): 11–27.

¹⁰³ Patricia Vega, “Consumo de bebidas alcohólicas, publicidad y diversiones en Costa Rica (1900-1930)”, *Revista Reflexiones*, 1, n.º 88 (2009): 15-35; Patricia Vega, “Alimentos e identidades (trabajadores de las bananeras costarricenses 1934.” IV, n.º 99 (2002): 99-110.

¹⁰⁴ Patricia. Vega, “Alimentos e identidades (trabajadores de las bananeras costarricenses 1934)”. *Revista de Ciencias Sociales* IV, no.99-110 (2002): 99-110.

¹⁰⁵ *Ibid.*, 103.

¹⁰⁶ Patricia Vega, “Consumo de bebidas alcohólicas, publicidad y diversiones en Costa Rica (1900-1930)”. *Revista Reflexiones*, 1, n.º 88 (2009): 15-35.

producción de productos para el cuidado personal y el mantenimiento de las nuevas rutinas de belleza de las mujeres cuyos precios eran considerados en la segunda mitad del siglo XX encarecidos en comparación con los precios de productos comestibles ¹⁰⁷.

Este balance historiográfico se pudo constatar que el tema ha estado desarrollándose en todas las escalas regionales. La mayoría de estudios de consumo están ubicados en la segunda mitad del siglo XX como la época de la modernización de los hogares, momento en el cual además se transformaron los hábitos de consumo por el arribo masivo de productos industriales.

I. Balance General

Después de realizar un ejercicio de revisión bibliográfica como este es necesario hacer un balance de lo encontrado. Lo primero a destacar es que las obras sobre consumo a nivel global son trabajos con análisis detallados concentrados en describir el origen del consumo de masas tomando en cuenta el consumo de un conjunto de bienes industrializados, los trabajos como el de Tobey destacan dentro de esta escala, por su profundidad y amplitud de análisis al tomar cuenta una amplia gama de bienes y variables asociadas al aumento de su consumo.

Mientras los trabajos basados en América Latina y Centroamérica son investigaciones menos profundas, enfocadas algunas veces en el análisis del consumo de un solo producto o en el consumo suntuario donde se ve el consumo de bienes industriales desde una perspectiva un tanto cerrada al definirlo como el resultado del intercambio cultural -comercial realizado con economías del exterior, que fueron las primeras fabricantes de este tipo de bienes, dejando de lado muchas veces el impacto social de este fenómeno.

Estos trabajos, además, se centran en un periodo que va de fines del siglo XIX a inicios del XX, lo cual deja con poca explicación lo sucedido el resto del siglo ya que son muy pocas las obras que tratan acerca del consumo, y si lo hacen es de manera tangencial. En este sentido, este proyecto de tesis viene a constituir un aporte a la historiografía del

¹⁰⁷ Gloriana Rodríguez, "Las mujeres, sus cuerpos y sus bellezas: prácticas y rituales en la Costa Rica del periodo 1950-1980". *Memorias: Revista Digital de Arqueología e Historia desde el Caribe*, n.º 30 (2016): 98-126.

consumo existente en la región al ahondar este tema en la segunda mitad del siglo XX al tratar el proceso de aumento del consumo doméstico de bienes industriales como parte del proceso de adopción de una nueva forma de vida, cuyos efectos se mantienen en el presente.

Acerca de la utilización de fuentes debe decirse que los trabajos se cimentaron en: prensa escrita de donde extrajeron publicidad sobre bienes de consumo, así como de establecimientos comerciales; también recurrieron a revistas o suplementos especialmente los dirigidas al público femenino; a entrevistas, a inventarios de bienes, a anuarios estadísticos y estadísticas de comercio. Por un lado, las fuentes provenientes de periódicos permitieron hacer análisis del contenido y de discurso vinculados al contexto y por otro, el uso de fuentes estadísticas ayudó a comprobar el crecimiento del consumo de este tipo de bienes, así como de la mejora de las condiciones de vida de las personas a través del estudio del acceso a vivienda, o servicios públicos como agua y electricidad. Como se observa se hizo uso tanto de fuente cualitativa como cuantitativa y esta combinación prevalece en todos los trabajos que demostraron hacer un esfuerzo por utilizar ambos tipos de fuentes.

Sobre la metodología usada en estos trabajos el uso del análisis de contenido, aplicado a la publicidad combinado con el análisis estadístico descriptivo de datos de comercio o censales fue la mezcla más común hallada a nivel metodológico en estas obras lo cual indica la conciencia de los autores por mantener un equilibrio entre lo cualitativo y cuantitativo. Por otra parte, también hubo trabajos donde se recurrieron al análisis de discurso, y al análisis de políticas públicas casi siempre en compañía de análisis estadísticos. Uno de las obras que prácticamente incluyó todos estos métodos fue el trabajo de Tobey, que realiza un estudio a profundidad sobre el proceso de aumento del consumo de bienes industriales específicamente electrodomésticos en la zona de Riverside, California en Estados Unidos, y por esta razón es considerado un modelo de triangulación metodológica en esta investigación.

Finalmente, debe señalarse que los historiadores costarricenses en comparación con otros científicos sociales como los sociólogos y antropólogos han trabajado pocos temas vinculados a la historia contemporánea como, por ejemplo, el consumo. Por esa razón, esta tesis pretende saldar parte de ese vacío, los historiadores deben cuestionarse más desde su campo cómo este fenómeno ha influido en el presente de nuestro país y de la región

centroamericana, para descubrir los vínculos políticos, económicos, sociales, culturales e ideológicos generados a partir del consumo de masas entre el presente y el pasado reciente.

V. Marco Teórico-Conceptual

A. Debates teóricos sobre la conceptualización del consumo

Las diferentes concepciones sobre consumo producto de discusiones teóricas generadas en torno a este fenómeno desde la década de 1980, cuando se refutó la concepción predominante y funcionalista que planteaba al consumo como una consecuencia económica más de la era industrial¹⁰⁸. De este debate surgieron nuevas definiciones del consumo en el campo de la antropología con autores como Hebdige, Appadurai, Friedman y Miller quienes a partir un enfoque estructuralista dieron una explicación más amplia sobre el consumo al definirlo como un acto de apropiación y creación¹⁰⁹.

La premisa anterior es compartida por Bauer quien ve el consumo como un mecanismo de construcción de identidad y de relaciones sociales, en otras palabras, como un medio de creación de significados a través de rituales que se cristalizan en el acto de consumir¹¹⁰. También García coincide con lo anterior al definir el consumo como un grupo de procesos socioculturales en donde participan la apropiación y los usos dados a los productos consumidos, en otras palabras, para este autor el consumo es una práctica donde intervienen los gustos, antojos y compras impulsivas, así como racionalidad¹¹¹.

Por su parte Yúdice, mira el consumo como una práctica ligada a la ciudadanía y la democracia especialmente desde que la economía global comenzó a crecer sin medida y propició el consumo de masas, que desde su perspectiva no trajo gran beneficio ya que,

¹⁰⁸ David Graeber, "Consumption", *Current Anthropology*, 52, No. 4 (2011), 489.

¹⁰⁹ David Graeber, "Consumption", *Current Anthropology*, 52, n.º 4 (2011): 489-511.

¹¹⁰ Arnold J. Bauer, *Goods, Power, History. Latin America's Material Culture*. (New York: Editorial Cambridge University Press, 2002), 3.

¹¹¹ Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. (México: Grijalbo, 1995), 41.

muchas personas viven aún en pobreza mientras por otro lado se hace un uso desperdiciado de recursos, situación que llama a una reestructuración del sistema económico global¹¹².

Finalmente, Bowles también comparte esta visión del consumo al determinarlo como el resultado una serie de reglas impuestas por los estados nacionales, empresas e instituciones que dictan lo que se tiene que hacer o ser para obtener el sustento, donde además intervienen las variables de género, ideología, edad y parentesco, siendo así el consumo para Bowles una práctica sociocultural dentro de un entramado político y económico¹¹³.

A1. Consumo conspicuo

El consumo conspicuo de acuerdo con Veblen es el tipo de consumo que se practica para mantener un estatus social alto, y lo explica de la siguiente forma: “en cualquier comunidad donde los bienes se posean por separado el individuo necesita, para su tranquilidad mental, poseer una parte de bienes tan grande como la porción que tienen otros con los cuales está acostumbrado a clasificarse, y es en extremo agradable poseer algo más que ellos”¹¹⁴. Esta manera de consumir para ostentar tiene que ver con lo planteado por García que visualiza el consumo como un ejercicio donde el uso de la razón está de por medio, en otras palabras, cuando las personas deciden consumir lo hacen porque piensan en saciar una necesidad básica o porque desean lucir sus bienes ante los demás, como lo señala Veblen. Entonces, la práctica de consumir no sólo es un intercambio económico, también comprende una experiencia llena de variables que van más allá de los factores económicos ya que, los seres humanos consumen para resolver sus necesidades básicas y también para definir y sostener un estilo de vida que los hace sentir parte de un determinado grupo social.

¹¹² George Yúdice, “Civil Society, Consumption, and Governmentality in an Age of Global Restructuring: An Introduction”, *Social Text*, no. 45 (1995), 14.

¹¹³ Samuel Bowles, “Endogenous Preferences: The Cultural Consequences of Markets and Other Economic Institutions”, *Journal of Economic Literature* 36, n.º 1 (1998), 76.

¹¹⁴ Thorstein Veblen, *Teoría de la clase ociosa* (México: Fondo de Cultura Económica, 2008), 67.

A2. Consumo y consumismo

La diferencia entre el concepto de consumo concepto y el de consumismo es que el primero se entiende como el momento en el cual se termina el ciclo de producción de bienes¹¹⁵, mientras el segundo se refiere al afán de las sociedades modernas de consumir bienes de lujo innecesarios con el fin de mostrarlos¹¹⁶. De acuerdo con Graeber es la misma fuerza de producción capitalista la que incita este consumo de bienes innecesarios¹¹⁷.

Sobre esta diferenciación García manifiesta que el consumo es el sitio donde se reproduce la fuerza de trabajo y se acrecienta el capital producto de las estrategias de mercadotecnia de los grupos de poder económico que buscan incrementar sus réditos¹¹⁸. Es decir que responde a la estrategia comercial de la clase dominante. Mientras, el consumismo según García, es el escenario donde se dan trifulcas por lo que la sociedad produce y por las formas de usarlo, resultado de la modernidad y su producción en masa¹¹⁹. A manera de síntesis acerca de lo anterior García expresa: “además de tener necesidades culturalmente elaboradas, actuamos siguiendo deseos sin objeto”¹²⁰. En este sentido estos son fenómenos son paralelos y por esto en esta investigación ambos son importantes.

A3. Concepto de consumo utilizado en la investigación

En esta investigación el consumo se reconoce como un fenómeno que consta de diversos factores, en el caso de la expansión del consumo de bienes industriales se involucran elementos económicos, sociales y culturales. Las mejoras sociales de la época, derivadas de la reestructuración económica e institucional de Estado, propiciaron el aumento del poder adquisitivo, especialmente de los estratos medios de la población. Esto se vio reflejado en las transformaciones económicas de los hogares que empezaron a conformarse por más

¹¹⁵Néstor García Canclini, *Consumidores y Ciudadanos*, 41.

¹¹⁶ Patricia Vega, *Alimentos Consumo y Calidad en la Identidad*, XVII.

¹¹⁷David Graeber, “Consumption”, 489-490.

¹¹⁸ Néstor García Canclini, *El consumo cultural: una propuesta teórica* (Colombia: Convenio Andrés Bello, 2006), 81.

¹¹⁹ Néstor García Canclini. *El Consumo Cultural: una propuesta teórica*, 82-83.

¹²⁰ Néstor García Canclini. *El Consumo Cultural: una propuesta teórica*, 85.

asalariados, y que comenzaron también a residir en mejores viviendas localizadas en zonas urbanas cercanas a los centros de trabajo y comercio. Ello condujo a una mayor diversificación y crecimiento de la demanda de bienes industriales procedentes de dentro y fuera del país, dando espacio al aumento de la dinámica comercial. Finalmente, lo anterior derivó en la creación de una nueva cultura basada en el consumo y por este cambio en las preferencias de consumo, aumentó la diversificación en la oferta de esta clase de bienes, al ser agentes de diferenciación social, ya que podían evidenciar la capacidad de consumo de los hogares. En resumen, el concepto de consumo es presentado aquí como una práctica económica y comercial que posee ramificaciones sociales y culturales.

B. Modelo teórico de explicación

El modelo de explicativo de esta investigación consta de tres factores que explican la expansión del consumo doméstico de bienes industriales en Costa Rica, el primero es la estructura comercial capitalista de la época, el segundo corresponde a la transformación socio laboral que dio origen a la sociedad salarial y el último es la creación de nuevos estilos de vida.

La explicación consiste en lo siguiente, la estructura comercial de la época o sea el intercambio de bienes industriales con el extranjero y su producción interna dentro de una lógica capitalista funcionó como la base material de la transformación socio ocupacional sucedida en la segunda mitad del siglo XX, que trajo la consolidación de la sociedad salarial, entendida por Castel como la etapa de las sociedades industriales en la cual se generaliza el salario como medio de pago a los trabajadores¹²¹. Lo anterior condujo a una mejora en las condiciones económicas de los trabajadores que les permitió aumentar su capacidad de consumo. Lo cual trajo a su vez nuevos estilos de vida, relacionados con en el consumo de bienes industriales, la imitación del hogar estadounidense, y el papel de los roles de género.

A continuación, se detallan los planteamientos teóricos sobre cada uno de estos factores explicativos.

¹²¹ Robert Castel, *La metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado* (Buenos Aires: Paidós, 1977), 273-275.

B1. Estructura comercial capitalista

Sistema- mundo capitalista

El consumo masivo de bienes industriales se enmarca dentro del sistema de mundo capitalista por ende es relevante teorizar sobre este. De acuerdo con Wallerstein el sistema-mundo implica la unión de una serie de culturas diversas que a pesar de sus diferencias logran compartir patrones culturales o lo que él llama una geo cultura¹²². Sin embargo, para este autor lo que verdaderamente unifica la economía capitalista es la división del trabajo al proponer su teoría del centro- periferia, donde el capitalismo se comprende como la división axial del trabajo en producción de bienes centrales y periféricos, que define el grado de ganancia en el proceso de producción¹²³.

Por tanto, según esta perspectiva siempre habrá un intercambio desigual entre países con productos “fuertes” y “débiles”. Entonces las economías avanzadas logran estar en la cima de la economía global gracias al intercambio desigual con las economías periféricas que son las mayores compradoras de bienes terminados de consumo masivo, mientras estas economías menos desarrolladas se ven mucho menos beneficiadas de este intercambio económico porque sus productos exportables tienen menor valor agregado que los bienes industrializados por las grandes economías capitalistas. Este concepto es importante en la investigación porque explica la base material a nivel global en la que sucedió el fenómeno de la expansión del consumo de bienes industriales.

B2. Transformación socio laboral

Sociedad salarial

El tema de la construcción de la sociedad salarial está ligado con el consumo moderno sobre esto Robert Castel plantea la teoría de tres formas de relaciones de trabajo en las sociedades industriales: la condición proletaria, la obrera y la salarial, las dos últimas son las que nos interesan porque fue la llegada a la condición obrera que hizo posible el

¹²² Immanuel Wallerstein, *Análisis de Sistemas-Mundo: Una Introducción* (México: Siglo XXI, 2005), 21-22.

¹²³ Ibid., 18.

establecimiento de la sociedad salarial a través de la generalización del salario como forma de remuneración por trabajo lo que llevó a la explosión del consumo masivo, pues aparte de pagar por tareas meramente laborales el sueldo fijo comenzó a asegurar derechos como: prestaciones, acceso a vivienda, educación y algunas veces a ocio¹²⁴. Este planteamiento fue construido en base a una sociedad netamente industrial, sin embargo se utiliza en esta explicación teórica por su aplicabilidad a lo acontecido en el país de estudio.

De acuerdo con Castel lo anterior no fue lo bastante equitativo, aunque logró que la gran mayoría de trabajadores se convirtieran en asalariados dando origen a lo que él denomina como la sociedad salarial, basada en la segmentación social a partir de la posición ocupada y el salario devengado, que además condujo a nuevos estilos de vida derivados de la expansión del consumo¹²⁵.

Con esta misma perspectiva Milanesio analiza el surgimiento del consumo obrero en Argentina tomando en cuenta el paso de proletarios a obreros asalariados durante el primer peronismo. Milanesio determina el aumento salarial como un factor esencial en esta transición que elevó el consumo de los obreros que antes tuvieron limitado acceso a bienes de consumo, lo cual conllevó a la creación de una sociedad salarial donde la distinción social se instituyó con respecto al salario¹²⁶.

En otro estudio sobre Argentina, Pérez hace alusión a esta teoría de la sociedad salarial al destacar que el acceso masivo a bienes de primera necesidad y la diversificación del consumo en los años cuarenta y cincuenta en la que intervinieron factores como la creciente producción de maquinaria y aparatos eléctricos hacia fines de los cuarenta, estimulada por una mejor distribución del ingreso¹²⁷.

¹²⁴ Robert Castel, *La Metamorfosis de La Cuestión Social. Una Crónica Del Salariado* (Buenos Aires: Paidós, 1977), 272.

¹²⁵ Robert Castel, *La Metamorfosis de La Cuestión Social. Una Crónica Del Salariado* (Buenos Aires: Paidós, 1977), 272.

¹²⁶ Natalia Milanesio, *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo* (Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2014).

¹²⁷ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970. El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970.*, 112.

En Costa Rica García identifica el tránsito hacia la condición obrero salarial con el paso de los pequeños y medianos propietarios del agro hacia trabajos administrativos y profesionales ubicados en el sector público, donde además de percibir salarios empezaron a gozar de algunos derechos como pensiones y seguros, entre fines del XIX e inicios del XX¹²⁸. Lo anterior demuestra que primero debe construirse una base material para que pueda darse el consumo de bienes materiales.

Esta perspectiva teórica la incluyen también Molina y Ortega en sus estudios¹²⁹ acerca de los cambios culturales sucedidos a partir de la década de 1950 al mostrar como el aumento salarial a mitad del siglo XX incrementó el poder adquisitivo en la población asalariada haciendo posible la transformación definitiva hacia una sociedad diferenciada por los salarios.

B3. Creación de nuevos estilos de vida

Los bienes que se consumen según Slater tienen significados intrínsecos ya que cumplen una función de reproducción cultural porque cuándo las personas consumen aparte de reproducir su existencia física crean estilos de vida determinados culturalmente¹³⁰. Esto también es compartido por Alfred Gell quien define el consumo como la etapa en que los bienes responden a los gustos y necesidades individuales de las personas, convirtiéndose así en símbolos de los distintos modos de vida¹³¹. Esta propuesta teórica la reafirman Mary Douglas e Isherwood al considerar los productos de consumo como símbolos culturales que caracterizan y mantienen estilos de vida¹³².

¹²⁸ García. George. *Formación de la clase media en Costa Rica. Economía, sociabilidades y discursos políticos (1890-1950)* (San José: Editorial Arlekin, 2014), 188.

¹²⁹ Iván Molina, *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, 2002). Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)* (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2005).

¹³⁰ Juan José Marín y Patricia Vega, *Tendencias de consumo en Mesoamérica*. (San José, C.R: Editorial UCR, 2008), 14.

¹³¹ *Ibid.*, 15.

¹³² *Ibid.*, 19.

Esta propuesta teórica es compartida por Baudrillard quien cataloga el consumo como un sistema de comunicación e intercambio, es decir como un código de signos constantemente emitidos, recibidos y reinventados como el lenguaje¹³³. De esta manera, el consumo no se refiere exclusivamente a la satisfacción sino también a una lógica de producción y manipulación de significados sociales que permiten estudiarlo¹³⁴. Entonces a través de esta práctica las personas crean diferentes estilos de vida que generan diferenciación social basada en los significados de los bienes consumidos. Dicho de otra forma, los estilos de vida se crean con base en códigos de signos que son importantes porque dan cuenta de los distintos estilos de vida que coexisten en sociedad de consumo.

Con estas tesis sobre el consumo también coincide Cortina al definir dicho fenómeno como un generador de nuevos estilos de vida, tema que a partir de los años cincuenta se torna indispensable en el abordaje de temas de identidad y estatus social cuando, variables como clase y poder adquisitivo u ocupación se volvieron poco útiles para comprender la moderna sociedad de consumo en donde aspectos como la identidad se volvieron más flexibles por estar basados en el consumo, lo cual ha conducido al estudio reciente de identidades culturales y estilos de vida a partir de los códigos de signos¹³⁵.

Milanesio de igual manera apoya este postulado teórico al determinar que cada estrato social crea sus propios estilos de vida y por ello las clases sociales, aunque se imiten unas a otras son diferente y merecen un análisis separado para entender el comportamiento de una sociedad de consumo¹³⁶. Sobre esto mismo Pérez sugiere el concepto de “modelo de domesticidad” como la articulación entre un modelo familiar y un modo de vida, que puede cambiar a lo largo del tiempo, dando origen a otros particulares modelos de domesticidad, pero que siempre crearán distinción social, por lo que para esta autora la cultura material es

¹³³ Jean Baudrillard, *La sociedad de consumo sus mitos, sus estructuras* (España: Siglo XXI Editores, 1970).

¹³⁴ *Ibid.*, 56.

¹³⁵ Adela Cortina, *Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global* (España: Santillana Ediciones Generales, 2002), 100.

¹³⁶ Natalia Milanesio, *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*. (Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2014).

central en esta definición¹³⁷. En resumen, el postulado teórico aquí señalado plantea el consumo como un acto que va más allá de lo económico.

Finalmente debe indicarse que, en la historiografía de la época contemporánea en el ámbito nacional los trabajos sobre consumo no teorizan lo suficiente acerca del tema de las apropiaciones de nuevos estilos de vida.

B3.1. Imitación del hogar “moderno” estadounidense

La imitación cultural de acuerdo con Bauer se ha dado desde el siglo XIX a través de “bienes civilizadores” que eran adaptados culturalmente en las sociedades a donde llegaban¹³⁸. La imitación del canon cultural europeo por parte de las élites de la región latinoamericana en el siglo XIX, ejemplifica lo anterior, dos razones que influyeron en este caso fueron : la ambición de entablar relaciones con los poderosos para llevar el progreso a sus naciones y establecer diferenciación social al interior de sus sociedades por medio del consumo suntuario de bienes importados, sin embargo las clases subalternas pronto comenzaron a emular su consumo¹³⁹. Una situación similar a la anterior es señalada por Vega en Costa Rica donde el consumo de bienes importados tuvo la función de identificar a un selecto estrato de la sociedad a fines del siglo XIX interesado en crear una identidad distinta que sin embargo, las clases subalternas pretenderían imitar¹⁴⁰.

Con respecto al siglo XX Bauer indica que después de la segunda mitad con la implantación del neoliberalismo, en Latinoamérica la emulación cultural toma como referencia a la cultura estadounidense Estados Unidos considerada el nuevo foco de la cultura moderna¹⁴¹. Debido a que luego de la Segunda Guerra Mundial esta nación se consolida como

¹³⁷ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970*, 28.

¹³⁸ Patricia Vega, *Alimentos Consumo y Calidad En La Identidad de La Construcción Mesoamericana*. (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2012), XIV.

¹³⁹ Arnold J. Bauer, *Goods, Power, History*. 219.

¹⁴⁰ Patricia Vega, “De la banca al sofá. La Diversificación de los patrones de consumo en San José (1857-1861)”, *Revista de Historia*, no 24 (1991): 53-87.

¹⁴¹ Arnold Bauer, *Goods, Power, History*, 261-264.

una economía mundial y pone en el centro de sus políticas el desarrollo del consumo de masas que pronto inundó al mundo¹⁴².

Inés Pérez plantea que el contacto constante con las innovaciones producidas en Estados Unidos a lo largo de la segunda mitad del siglo XX se convirtió en Argentina en una lógica que identificaba lo “americano” con lo “moderno”. Lo cual tiene que ver con que en esa época en Estados Unidos se dio un gran énfasis en la producción de todo un mundo de satisfacción, recreación e inventiva dentro del ámbito doméstico. Lo que llevó según Pérez a que en Argentina se comenzara a asociar la imagen del bienestar doméstico con la promoción del *american way of life*, sinónimo de una cotidianeidad tecnificada, vinculada a la modernidad y el progreso, de acuerdo con la autora dicha asociación o imitación sucedía simultáneamente tanto en Europa y en el resto de América Latina¹⁴³.

En el caso de Costa Rica Molina expone esta imitación cultural al señalar el consumo de bienes americanos, principalmente de artefactos eléctricos y alimentos, en los años sesenta cuando los costarricenses, especialmente los jóvenes, comenzaron a copiar el modelo de consumo estadounidense y a idear al mismo tiempo estilo propio de acuerdo a las condiciones del país¹⁴⁴. Lo anterior lo comparte González al destacar la introducción de la versión americana de hogar a partir de la segunda mitad del siglo XX cuando el consumo de electrodomésticos se volvió primordial en la imitación y adaptación cultural de ese estilo de vida por parte de la sociedad costarricense¹⁴⁵.

B3.2 Transformación de los roles de género basada en el consumo

El origen de las transformaciones en los roles de género con el surgimiento de las sociedades de consumo según Trentmann se cimentan en la separación sucedida entre la

¹⁴² Frank Trentmann, “Beyond Consumerism: New Historical Perspectives of Consumption”, *Journal of Contemporary History* 39, no. 3 (2004), 396.

¹⁴³ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970.*, 96-97.

¹⁴⁴ Iván Molina, costarricense por dicha: identidad nacional y cambio cultural, 97.

¹⁴⁵ Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)*. (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2005). 165.

esfera laboral y el ámbito doméstico causada por de la intensificación del capitalismo a inicios del siglo XX¹⁴⁶. Graeber apoya esto al asegurar que en ese momento el consumo familiar se convirtió en un asunto básicamente femenino mientras, la función del hombre se limitó a cubrir las necesidades de consumo¹⁴⁷. Schlereth por su parte, refuta la perspectiva funcionalista que muestra a la Revolución Industrial como la llegada de la libertad femenina por el arribo de las facilidades tecnológicas, pues manifiesta que sucedió lo contrario porque después de esta revolución las mujeres se convirtieron en las encargadas de una serie de tareas domésticas, como el ir de compras¹⁴⁸.

Asimismo, Castel sugiere este cambio en las labores domésticas de acuerdo al género después de la Revolución Industrial, y señala también que con el advenimiento de la sociedad salarial la situación de la mujer se volvió a transformar cuando la mujer se libera en gran parte del aislamiento doméstico¹⁴⁹. La teoría anterior la reafirma Milanesio al indicar que las mujeres argentinas de la clase alta y media se ocupaban aproximadamente del 85% de las compras familiares en la época del auge industrial de mitad del siglo XX, mientras el hombre proveía los medios económicos y participaba del consumo cuando se trataba de los bienes más caros¹⁵⁰.

También Pérez destaca este supuesto teórico al manifestar que el modelo de mujer doméstica en la Argentina de los años cincuenta fue el resultado de, la continuidad de ideales vigentes desde fines del siglo XIX, y la rotura entre los espacios *públicos* y los *privados*, factores que remarcaron el rol de la mujer como ama de casa y el del hombre como el proveedor. Sin embargo, se dieron algunas novedades en esa época especialmente sobre el imaginario del ama de casa y la domesticidad tales como: el rol del consumo asociado al confort, la nueva preocupación por la racionalización y el aumento de la eficiencia del trabajo

¹⁴⁶ Frank Trentmann, "Beyond Consumerism: New Historical Perspectives", 390.

¹⁴⁷ David Graeber, "Consumption", 498.

¹⁴⁸ Thomas J. Schlereth, *Material Culture Studies in America*. (Nashville, Tennessee: The American Association for State and Local History, 1981), 224-231.

¹⁴⁹ Robert Castel, *La metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado*, 379.

¹⁵⁰ Natalia Milanesio, Cuando los trabajadores salieron de compras, 71.

doméstico, y la imagen del hogar, especialmente de la cocina, como morada de una vida hogareña armoniosa, plena y satisfactoria para todos los miembros de la familia¹⁵¹.

En cuanto al rol masculino Pérez indica que la mejora general en el nivel de vida experimentada por las sociedades occidentales en la segunda mitad del siglo XX, más la extensión de las viviendas unifamiliares, así como los cambios tecnológicos que permitieron el entretenimiento en el hogar, fueron elementos que posibilitaron la mayor participación del hombre en el ambiente doméstico en asuntos de reparación y el mantenimiento estructural de la vivienda, que se convirtieron en actividades masculinas que implicaron mayor compromiso hacia el hogar¹⁵².

Para explicar esta transformación en Costa Rica, González se basa en la proposición sobre la llegada de la industrialización al señalar que para 1950 el principal agente de consumo doméstico era la mujer, lo cual le otorgó protagonismo social por su mayor participación en la toma de decisiones familiares, mientras el hombre cumplía el rol de proveedor económico¹⁵³. Cabe decir que, la mayoría de explicaciones dadas por estos autores parten de un enfoque funcionalista porque analizan los roles de género durante la industrialización como la separación de los espacios de trabajo de acuerdo al género, dejando de lado factores vinculados como: el mayor acceso de las mujeres a la educación, el aumento de mujeres con trabajo remunerado fuera del hogar, el acceso a vivienda propia, el tamaño de las familias, el cuidado de los hijos, entre otros.

C. Balance general

Luego de esta revisión teórico- conceptual queda claro que, el concepto de consumo, es amplio, a pesar de que haya concepciones tradicionales que insisten en verlo como un fenómeno meramente económico. Recientemente dado a la centralidad que ha tomado esta práctica en la vida diaria se ha reformulado dicha concepción. Hoy el consumo se entiende como un fenómeno socio cultural además de económico, en esta reconceptualización se debe

¹⁵¹ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970.*, 73.

¹⁵² *Ibid.*, 138.

¹⁵³ Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)*, 161-165.

destacar el papel de los antropólogos. A partir de este supuesto se ha planteado la explicación teórica de esta investigación. En donde se destaca la plataforma económica del consumo, como el sistema capitalista que bajo la concepción de Wallerstein es un paradigma económico que divide al mundo en centro y periferia generando un intercambio comercial desigual.

La transformación socio laboral derivada de este modelo económico se caracteriza por el nacimiento de lo que Castel ha denominado la sociedad salarial, entendida como una sociedad en la que se ha generalizado el salario como medio de pago por el trabajo humano. Mientras en el ámbito cultural la ampliación del consumo implica la imitación de patrones culturales pertenecientes a países de economías grandes como el caso de la cultura estadounidense en la segunda mitad del siglo XX que propició la imitación del *american way of life* en el mundo occidental. De acuerdo con Bauer esta emulación cultural, es mediada por lo que la llama “bienes civilizadores”, que en el caso de esta investigación serían los bienes industriales.

De acuerdo con Douglas e Isherwood esta imitación culmina con la creación de nuevas formas de vida al otorgarle a los bienes de consumo el rasgo de distintivos culturales que definen estilos de vida. A lo que Braudrillard agrega que el consumo es un código de símbolos o signos que permite comunicar mensajes y a su vez crear diferentes estilos de vida en una misma sociedad de consumo.

Por último, el consumo se plantea en esta investigación como un factor determinante en la consecución de los roles de género, específicamente en el ámbito doméstico ya que, en una sociedad de consumo según Trentmann como resultado de una mayor industrialización, se da una división entre lo laboral y lo doméstico. Lo cual relegó a la mujer al hogar y al hombre al trabajo fuera de casa. Lo cual convirtió a la mujer en la protagonista del consumo doméstico y al hombre en el proveedor.

Sin embargo, este postulado teórico debe tomarse con cautela porque al mismo tiempo de esta división de roles de género las nuevas condiciones económicas procedentes del capitalismo hicieron posible que las mujeres comenzaran a incorporarse cada vez a más al trabajo remunerado, lo cual empezó a liberarlas del encierro doméstico.

VI. Hipótesis

1. El consumo de bienes industriales (alimentos procesados, electrodomésticos y vestimenta manufacturada) aumenta en Costa Rica en la segunda mitad del siglo XX como resultado del proceso de industrialización de esa época, que implicó el aumento de las importaciones tanto de materia prima como de bienes terminados, el crecimiento de la producción nacional y del comercio del país en general.
2. El mejoramiento socioeconómico de la clase media en Costa Rica a partir de la mitad del siglo XX hace posible que, una parte de la población cambie sus condiciones de vida al disponer de mejores ingresos económicos, que les permite cambiar o renovar sus casas, tener mayor acceso a servicios públicos y más capacidad de consumo.
3. En ciertos sectores sociales surge un nuevo patrón de consumo dirigido hacia el hogar y especialmente orientado hacia las mujeres, que modifica el concepto del espacio doméstico al mezclar el confort y el entretenimiento.
4. El nuevo patrón de consumo contribuye en la transformación cultural del hogar; los electrodomésticos ocupan un rol transformador fundamental al cambiar las rutinas y concepciones sobre lo que debe ser un hogar; el entretenimiento y acceso a información se comienzan a concentrar en el espacio doméstico con el radio, tocadiscos y luego con la televisión.
5. No obstante, la mayor inserción de las mujeres en el mundo laboral, la división de tareas de acuerdo al género no tiene mayores alteraciones, lo que provoca una tensión con respecto a las labores domésticas asignadas a la mujer de acuerdo al modelo de familia tradicional.

VII. Descripción de las fuentes

En esta investigación se utilizan tanto fuentes cualitativas como cuantitativas estas últimas corresponden a: anuarios estadísticos, anuarios de comercio exterior y censos de industria y comercio así como de población y vivienda y la base de datos estadísticos del Proyecto de Historia Económica de Costa Rica en siglo XX del Centro de Investigaciones

Históricas de América Central (CIHAC). Los anuarios estadísticos y de comercio se encuentran en forma digital y física en la biblioteca del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), los de comercio albergan datos estadísticos anuales de las importaciones y exportaciones realizadas por Costa Rica desde 1953 y se construyeron a partir de información primaria brindada por el Sistema Aduanero Nacional y el Banco Central de Costa Rica¹⁵⁴.

Los datos de importaciones destacan los siguientes rubros: código del producto, países de origen, unidades, peso en kilos, valor económico e impuestos recaudados; con respecto a las exportaciones se presenta información similar excepto a la correspondiente a impuestos. La sección de importación en estos anuarios se encuentra dividida en varios capítulos de acuerdo con las categorías de productos importados las secciones que se utilizarán son: material eléctrico; alimentos y prendas de vestir, cada una de estas contiene el desglose completo de todos los productos que fueron importados en un año. Es importante mencionar que los Anuarios de Comercio Exterior en 1982 dejaron de publicarse en el formato con el que empezaron en la década d 1950 por lo que, se tuvo que recurrir a otro tipo de archivos digitalizados del INEC para completar los datos de 1983 y 1984.

Por otro lado, los anuarios estadísticos son publicaciones que fueron generadas a partir del esfuerzo de múltiples instituciones que brindaron los datos para fueran compilados por la, en aquel entonces, Dirección General de Estadística y Censo, en las siguientes secciones: estadística vital; gubernamental y social; transportes; costo de vida e índices de precios; comercio exterior y; estadística y economía agrícola. Para efectos de esta investigación el apartado utilizado es el que corresponde al de costo de vida e índices de precios que incluye los siguientes subapartados: alimentación, vestuario, vivienda, electricidad-combustible-hielo, enseres domésticos, misceláneos, cuidados médicos, cuidados personales y diversiones.

De las categorías anteriores se toman para a la investigación la de alimentación y la de vestuario ya que, muestran el detalle de los productos considerados indispensables dentro de esos rubros, lo cual permitirá analizar el consumo doméstico de bienes industriales vinculados a la alimentación y vestido, debido a que estas categorías se hallan desagradadas en

¹⁵⁴ Instituto Nacional de Estadística y Censo, Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1982.

bienes más específicos, lo cual hará posible una comparación en las composiciones de las canastas básicas anuales. Para complementar lo anterior también se recurre también a las encuestas de ingresos y gastos del área metropolitana de San José realizadas por el INEC en el periodo de estudio, estas constituyen recopilaciones de datos pormenorizados sobre los ingresos, gastos, que incluyen las canastas básicas, y distribución espacial de las familias en la provincia de San José en años específicos.

Los censos de población y vivienda utilizados en la investigación corresponden a los realizados en los años de 1963, 1973 y 1984. Estos se encuentran tanto en la página web del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) como en la del Centro Centroamericano de Población (CCP), a excepción del censo de 1963 que solo se halla digitalizado en este último sitio. La información que se extraerá de estos tres censos prácticamente es la misma, todos poseen las mismas variables que son de interés para el desarrollo de esta investigación que son: la tenencia de electrodomésticos (cocina, refrigerador, radio, calentador de agua, cepillo eléctrico y televisor), el acceso a servicios de agua y de electricidad, el nivel educativo, la ocupación y el género de los jefes de hogar.

Los censos industriales utilizados atañen a los años de 1952, 1958, 1965 y 1975, estos están compuestos de información cuantitativa sobre datos de producción industrial y los rubros de producción que interesan en este proyecto se reducen a: la producción alimenticia, la industria de bebidas y la producción de artefactos eléctricos. Los censos comerciales que también serán utilizados corresponden también a los años de 1952, 1958, 1965 y 1975. Estos se hallan conformados por datos cuantitativos acerca de las ramas y establecimientos comerciales los datos que aquí importan para el proyecto son el tipo, la cantidad y el tiempo de operación de los establecimientos dedicados al comercio de bienes industriales. Dichos censos se encuentran en la biblioteca del INEC en formato físico y digital.

Las fuentes cualitativas que más se utilizarán en esta investigación son los periódicos, específicamente *La Nación*, y los periódicos femeninos: *Mujer y Hogar* y *Nuestra Voz*. Es importante señalar que los periódicos responden a una época determinada en la que confluían diversos intereses y con un sistema de valores que iba de acuerdo con el ideal de sociedad de ese momento en estudio y esto permea a quienes escriben y editan los periódicos y los hace transmitir una visión encasillada del mundo en que se vive y que es mostrada a los receptores como la “verdad” y de aquí la importancia de tomar en cuenta otras fuentes para

contrarrestarlas¹⁵⁵. Debido a esto se eligieron dos periódicos femeninos con enfoques distintos, por otro lado, *Mujer y Hogar* fundado en 1943 perteneciente a misma empresa del diario la *Prensa Libre* cuyas temáticas principales eran el hogar, la familia y la crítica al modelo patriarcal y otra parte esta *Nuestra Voz* el periódico de la Alianza de Mujeres Costarricenses (AMC) que constituía el ala femenina del partido Vanguardia Popular editado por primera vez en 1949 cuyos contenidos principales comprenden el cuidado del hogar, defensa la familia y el papel de la mujer en la lucha social destacado su faceta de madre y ama de casa. Cabe destacar que todos estos periódicos se encuentran en la Biblioteca Nacional de Costa Rica.

En el caso de diario *La Nación*, este se escogió por el hecho de ser un periódico a favor de los intereses de los grupos de poder y del proyecto económico que impulsaba el desarrollo en aquel momento y que por ende mostraba su aprobación sobre el nuevo modelo de consumo de masas que involucraba la renovación de los hogares y estilos de vida basados en el consumo de bienes industriales, lo cual se comprueba al ver la gran cantidad de publicidad sobre este tipo de bienes en las páginas de este diario especialmente en las publicaciones de la segunda mitad de siglo XX. Por ende, este periódico es la principal fuente de publicidad de: electrodomésticos, alimentos procesados y vestimenta manufacturada, que son los bienes que se utilizaran en esta investigación como los referentes más significativos de la expansión del consumo doméstico de bienes industriales en Costa Rica.

El Excelsior y el *Semanario Universidad*, *La República* y el *Diario La Extra* eran opciones alternativas al hegemónico que en este caso era el diario *La Nación* y se usarán como complemento en especial sobre artículos relacionados con temas vinculados a la expansión del consumo de bienes industriales.

Por último, las memorias del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo (INVU) constituyen otra de las fuentes cualitativas empleadas en este proyecto, estas son recopilaciones descriptivas anuales de datos tanto cualitativos: fotografías, testimonios, como cuantitativos: cantidad de viviendas construidas, gastos e inversiones realizadas. Cabe decir que, se encuentran digitalizadas en la página web de la Asamblea Legislativa, desde el

¹⁵⁵ Yamileth González y María Pérez, “Fuentes periodísticas y discurso histórico,” *Ciencias Sociales*, 47 (1990), 17.

año 1964. De estas memorias solo se utilizarán datos cualitativos como: testimonios o discursos políticos sobre el problema de vivienda de la época, planos de casas, así como fotografías de viviendas y personas.

VIII. Estrategia Metodológica

Esta investigación se basa en una estrategia metodológica mixta que involucra el uso de diferentes técnicas: análisis de contenido, análisis de discurso y análisis estadístico longitudinal, que son explicados a continuación. El análisis del discurso estudia el uso del lenguaje y se halla directamente relacionado con los contextos, las condiciones sociales y culturales e intereses de los involucrados en los actos de comunicación, por lo que permite a través de la extracción de los sentidos y la significatividad de lo expresado, conocer los rasgos socioeconómicos, culturales, ideológicos, creencias y actitudes de quienes informan¹⁵⁶.

De acuerdo con Van Dijk, esta clase de estudio se enfoca en descubrir la forma en que el abuso de poder, el dominio y la desigualdad son ejercidos, reproducidos, y algunas veces combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político¹⁵⁷. Fairclough y Wodak¹⁵⁸ mencionan que, para un análisis crítico del discurso se debe tener en cuenta que el discurso es histórico, interpretativo, explicativo, que retrata problemas sociales, que cumple un rol ideológico y que amolda la sociedad y la cultura.

En resumen, el análisis del discurso enlaza las formas de expresión, los esquemas del discurso y el ejercicio del poder a través del lenguaje y las posibilidades de interacción con la sociedad. Como lo plantea, Fairclough;

La gente vive de maneras mediadas por discursos que construyen el trabajo, la familia, el género (feminidad, masculinidad), la sexualidad y otros de formas particulares, asociadas a sistemas y organizaciones sociales, las cuales llegan a estos a través de los medios masivos de comunicación (impresión, radio, televisión,

¹⁵⁶ Alexei Zaldúa, “El Análisis Del Discurso En La Organización y Representación de La Información-Conocimiento: Elementos Teóricos,” *Acimed* 14, no. 3 (2006), 3.

¹⁵⁷ Teun A Van Dijk, “El análisis crítico del discurso”, *Anthropos*, n.º 186 (1999), 23.

¹⁵⁸ Citados por Teun A Van Dijk en, “El análisis crítico del discurso”, 24-25.

internet) ... Podríamos decir que la vida social contemporánea está “textualmente mediada”¹⁵⁹.

El análisis de contenido por su parte, comprende la lectura textual o visual como herramienta para obtener información, lectura que difiere de la lectura común porque debe hacerse siguiendo el método científico, se trata entonces de una técnica que mezcla la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los datos¹⁶⁰. De acuerdo con Andréu, en este análisis tanto los datos explícitos como los implícitos cobran importancia y pueden ser ubicados en un contexto. El contexto es conjunto de referencias que contiene toda aquella información que el lector puede conocer previamente o inferir a partir del texto mismo para captar el contenido y el significado de todo lo que se dice en el texto¹⁶¹. En este sentido, texto y contexto son dos aspectos básicos del análisis de contenido. En resumen, con este método se puede descubrir tanto el lado directo y manifiesto del contenido de un texto o de una imagen como el lado latente de su mensaje. Hostil y Stone¹⁶² aducen que, esta es la técnica de investigación que se utiliza para hacer inferencias, que hacen referencia a la comunicación simbólica de los datos, a partir de la identificación sistemática de características específicas aparecidas en un texto, para lo cual es indispensable conocer el contexto¹⁶³.

Por otro lado, el análisis estadístico longitudinal consiste en el estudio descriptivo de un fenómeno o variable basado en mediciones realizadas a lo largo de un periodo. Esta clase de estudios buscan describir y apreciar cambios o evolución en los fenómenos de interés por

¹⁵⁹ Citado por Humberto Alexis Rodríguez y Rodrigo Malaver Rodríguez en, “El análisis del discurso como estrategia de investigación.”, en *La Investigación en Ciencias Sociales*, ed. Pablo Páramo, 1.ª ed., Estrategias de Investigación (Universidad Piloto, 2011), 226.

¹⁶⁰ Jaime Andréu Abela., “Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada.”, *Fundación Centro Estudios Andaluces, Universidad de Granada* 10, n.º 2 (2000), 2.

¹⁶¹ Jaime Andréu Abela, “Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada.”, 2.

¹⁶² Citados por Jaime Andréu Abela en, “Las Técnicas de Análisis de Contenido: Una Revisión Actualizada”, *Fundación Centro Estudios Andaluces, Universidad de Granada* 10, no. 2 (2000), 3.

¹⁶³ Jaime Andréu Abela., “Las Técnicas de Análisis de Contenido: Una Revisión Actualizada”, *Fundación Centro Estudios Andaluces, Universidad de Granada* 10, no. 2 (2000), 3.

lo que, resultan útiles cuando se trata de examinar procesos¹⁶⁴. En resumen, estos estudios se realizan para examinar detalladamente cambios, hallar diferencias asociadas e identificar posibles variables vinculadas a los cambios¹⁶⁵.

La estrategia metodológica de esta investigación se explica de la siguiente manera: en el primer capítulo, que consiste en analizar la evolución de las importaciones de bienes industriales así como la dinámica comercial y productiva de la Costa Rica de la segunda mitad del siglo XX, se hace uso de la técnica del análisis estadístico longitudinal aplicado a las cifras de importación en kilogramos de bienes industriales analizados: electrodomésticos, prendas de vestir manufacturadas y alimentos procesados. La escogencia de kilogramos en lugar de dólares en la mayoría de gráficos se debe a que en esta investigación interesa analizar el volumen de las importaciones. El único gráfico que se muestra en dólares es el de las importaciones por países proveedores porque en este caso lo que interesa es destacar la participación de los principales países proveedores y su importancia es la misma tanto en dólares como en kilogramos. Cabe destacar que todas las importaciones de los bienes analizados se procesaron tanto en kilogramos como en dólares, y no se encontraron grandes diferencias entre las tendencias generadas por estas unidades de medición (ver anexo 10). De manera que, el usar una de estas dos medidas se considera suficiente para el análisis.

Dichas cifras se digitaron en una hoja de cálculo de Excel y a partir de ahí se elaboran gráficos lineales que ilustran la importación de cada una de las categorías de importación para así identificar y describir las tendencias de importación a lo largo del periodo de estudio. Lo mismo se realiza con las cifras en dólares de las importaciones generales desagregadas por países proveedores. Se debe resaltar que, cada una de estas categorías de importación están desagregadas en categorías más específicas. Los alimentos procesados se subdividen en: frutas en conserva, leche y derivados, carne y preparados de la carne, bebidas no alcohólicas y chocolate. Los electrodomésticos en: batidoras, aspiradores y enceradoras; aparatos de radio, telegrafía, televisión y radar; máquinas para cortar o afeitar cabello; máquinas para lavar secas o planchar ropa; cocinas, hornos y calentadores; y herramientas, taladros, sierras,

¹⁶⁴ Aura Nidia Herrera y José Ignacio Ruiz, “Estudios Descriptivos”, en *La Investigación en Ciencias Sociales*, 1.ª ed., Estrategias de Investigación (Universidad Piloto, 2011), 57.

¹⁶⁵ Aura Nidia Herrera y José Ignacio Ruiz, “Estudios Descriptivos.”, en *La Investigación en Ciencias Sociales*, 1.ª ed., Estrategias de Investigación (Universidad Piloto, 2011), 57.

atornilladores. La vestimenta manufacturada en: ropa interior de hombre y mujer; ropa exterior de hombre y mujer; accesorios de vestuarios; calzado textil, de caucho y cuero.

En este mismo capítulo el análisis de contenido temático que es aplicado a la publicidad de bienes industriales perteneciente al periódico *La Nación*. Este análisis se llevará a cabo de la siguiente forma:

1. Determinar el tema de análisis, en este caso la expansión del consumo doméstico de bienes industriales.
2. Rastrear imágenes publicitarias sobre electrodomésticos, alimentos procesados y vestimenta de manufactura.
3. Identificar en los anuncios publicitarios aspectos vinculados con la expansión del consumo doméstico de estos bienes industriales y el cambio de patrones de consumo asociados a una transformación en la forma de vida.
4. Construir inferencias o interpretaciones basadas en el contexto de dicha publicidad.

En el segundo capítulo que estudia la relación entre las transformaciones socio económicas y la expansión del consumo de bienes industriales, se hace uso de nuevo del método de análisis estadístico longitudinal pero esta vez a partir de datos censales sobre la tenencia de los siguientes electrodomésticos: radio, plancha, cocina, cepillo eléctrico, lavadora, calentador de agua, televisor y refrigeradora. A partir de estos datos censales se construyen cuadros de porcentajes de tenencias con el fin de facilitar el análisis de la evolución en la posesión de cada uno de estos artefactos a lo largo del periodo de estudio. Mientras los datos de las canastas de productos básicos se analizan por medio del análisis de contenido para evaluar qué tipo de productos de las listas salen e ingresan como productos básicos durante el periodo de estudio. En este capítulo también se recurre al análisis de discurso al analizar testimonios de personajes vinculados con la política, así como fotografías y planos contenidos en las memorias de Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo (INVU) correspondientes al periodo de estudio.

En el tercer capítulo, destinado a investigar las transformaciones en los estilos de vida y el consumo doméstico de bienes industriales, se desarrolla un análisis del discurso, aplicado a 17 artículos de prensa cuya temática central es el rol de las amas de casa. Los artículos se

extraen de los periódicos femeninos: *Mujer y Hogar* y *Nuestra Voz* de enfoques distintos, con el fin de contrastar perspectivas sobre una misma temática. Además, se recurre al análisis de contenido aplicado a anuncios publicitarios de los bienes industriales de uso domésticos analizados: alimentos procesados, vestimenta manufacturada y electrodomésticos. Para llevar a cabo este análisis se toman en cuenta los siguientes pasos:

1. Determinar el tema de análisis, en esta ocasión el consumo doméstico de bienes industriales.
2. Rastrear imágenes publicitarias sobre electrodomésticos, alimentos procesados y vestimenta de manufactura.
3. Identificar aspectos vinculados a un nuevo patrón de consumo en las imágenes publicitarias sobre dichos productos.
4. Construir inferencias o interpretaciones sobre los roles de género basadas en el contexto de dicha publicidad.

La escogencia de estos anuncios sigue las categorías de bienes industriales de uso doméstico en cuestión: alimentos procesados, vestimenta manufacturada y electrodomésticos. Estos anuncios pertenecen al diario *La Nación* de los años de 1953, 1965, 1974 y 1984, este periódico en comparación con el resto de la época era el que mostraba más publicidad de este tipo bienes, de ahí su elección. El año de 1953 es elegido porque es el año en el que inicia el periodo de investigación, el año 1965 porque hay un aumento en las importaciones de los bienes industriales analizados al igual que el año de 1974, por último, se escoge 1984 por ser el último año del periodo en análisis y también porque coincide con la época de recuperación de las importaciones en el país. Por otra parte, la elección de los meses de: junio, agosto y diciembre obedece a que, estos son los meses del año se celebran: el día del padre, el día de la madre, y la Navidad y Año Nuevo que son las festividades que más promueven el consumo de esta clase de bienes.

De un total de 690 anuncios publicitarios, se toma un tercio para analizar. Por un lado, para acortar el tiempo de análisis y por otro, para evitar la repetición de anuncios. Dado que, por la naturaleza comercial de la publicidad ésta tiende a repetirse constantemente. Los anuncios se estratificaron según año, producto y mes. Con el fin de generar una muestra representativa, en cada mes se seleccionó uno de cada tres anuncios con número de arranque

aleatorio. Es importante mencionar que, también se incluyeron algunos anuncios adicionales por sus características particulares, sin modificar la selección aleatoria. Lo anterior dio como resultado una muestra de 228 anuncios distribuidos de la siguiente manera en el Cuadro 1:

Cuadro 1.

Muestra de 228 de anuncios publicitarios según el tipo de bienes industriales.

	Alimentos procesados	Vestuario manufacturado	Electrodomésticos	Total
1953				
junio	6	3	3	12
agosto	3	2	4	9
diciembre	5	2	10	17
1965				
junio	3	19	9	31
agosto	5	10	7	22
diciembre	6	11	15	32
1974				
junio	2	7	3	12
agosto	2	9	16	27
diciembre	2	12	14	28
1984				
junio	1	6	1	8
agosto	6	3	4	13
diciembre	3	7	7	17
Total	44	91	93	228

Fuente: Elaboración propia a partir de anuncios publicitarios del periódico *La Nación* 1953, 1965, 1974 y 1984.

Finalmente, es importante decir que toda esta construcción de fuentes servirá de plataforma para futuras investigaciones relacionadas con el tema del consumo contemporáneo en Costa Rica.

IX. Organización del trabajo

Este trabajo de investigación se estructura en tres capítulos, los cuales pretenden en su conjunto analizar y describir el proceso de expansión del consumo doméstico de bienes industriales, específicamente: alimentos procesados, electrodomésticos y vestimenta manufacturada, en Costa Rica en la segunda mitad del siglo XX. El primer capítulo

denominado “La dinámica productiva y comercial de los bienes industriales de consumo doméstico en Costa Rica 1953-1984” se concentra en describir el contexto socioeconómico y comercial, otorgándole especial atención al desarrollo industrial y a las importaciones, bajo el cual se desarrolló el aumento del consumo de este tipo de bienes.

El segundo capítulo titulado “Transformaciones socio económicas y expansión doméstica de los bienes industriales en Costa Rica 1953-1984” analiza si los cambios socioeconómicos contribuyeron a aumentar el consumo de los señalados bienes industriales, fenómeno que responde al seguimiento de un estilo de vida característico de las sociedades de consumo. Por último, el tercer capítulo llamado “Roles de género, consumo y uso de bienes industrializados en Costa Rica periodo 1953-1984” trata el tema del género dentro de la dinámica de consumo doméstico con el fin de establecer si se dieron vínculos entre asignaciones de roles de género basadas en el consumo y el modelo de familia patriarcal de la época.

Capítulo 1: La dinámica productiva y comercial de los bienes industriales de consumo doméstico en Costa Rica 1953-1984.

I. Introducción

Este capítulo describe el contexto comercial y socioeconómico que da pie a la expansión del consumo de bienes industriales en Costa Rica, a partir de la década de 1950. Para lograr esto incluye: el contexto socioeconómico de América Latina latinoamericano, la industria costarricense, el Mercado Común Centroamericano y las importaciones en general y de los siguientes bienes industriales: alimentos procesados, electrodomésticos y vestimenta manufacturada.

II. Contexto socio económico de América Latina 1950-1985

El fenómeno del aumento del consumo en Costa Rica, tema en torno al cual gira esta investigación, esta inserto en un contexto regional, que es el contexto latinoamericano de la segunda mitad del siglo XX e inicios del XXI, caracterizado por el aumento demográfico, el crecimiento urbano, la mejora educativa y el impulso dado al sector industrial. Dichos factores son los que propician el mejoramiento social y el incremento de la capacidad de consumir de las personas. A continuación, se describen los siguientes aspectos de este contexto: aumento demográfico, aumento del producto interno bruto (PIB), crecimiento urbano, migraciones, aumento del nivel de instrucción y ampliación del tamaño de los mercados; tomando en cuenta tanto datos latinoamericanos como costarricenses.

2.1. Aumento demográfico

De acuerdo con Thorp¹⁶⁶, a partir de la segunda mitad del siglo XX, el crecimiento económico regional se acompaña de una expansión del sector urbano y un mejoramiento de las condiciones de vida de la población que conducen a la elevación de enlaces matrimoniales, de las tasas de natalidad y a la disminución de la mortalidad infantil, en otras palabras, hay un aumento demográfico en la mayoría de países.

¹⁶⁶ Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión. Una historia económica de América Latina en el siglo XX*. (Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo Unión Europea, 1998), p 136.

Para el caso de Costa Rica Rosero¹⁶⁷ señala que, el importante aumento demográfico del siglo XX fue resultado de la considerable disminución de la mortalidad en adultos, y la infantil, así como por la permanencia de altas tasas de natalidad. Según este autor la mortalidad en adultos baja por la implementación de medidas básicas de saneamiento, higiene y asilamiento para evitar el contagio de enfermedades fueron elementos primordiales, la vacunación para prevenir enfermedades como el sarampión, tétanos y enfermedades respiratorias graves. Entre los años cuarenta y cincuenta a través de la importación de antibióticos y otras herramientas tecnológicas como el DDT ocurre un importante progreso en la prevención de enfermedades como la tuberculosis y la malaria, lo que contribuye con la disminución de la mortalidad. Según Pérez¹⁶⁸, la tasa de mortalidad adulta disminuye pasando de 400 por mil a 100 por mil, es decir cerca del 4% anual entre 1920 y 1960, como lo muestran estos datos la mortalidad durante el siglo XX, desciende más del 50%, lo que coloca a Costa Rica dentro de los de países latinoamericanos que logran bajar de forma efectiva las elevadas tasas de mortalidad en esa época

Con respecto a la mortalidad infantil Rosero¹⁶⁹, indica que la década de 1970 fue en la que se da una mayor disminución producto de los programas de salud de atención primaria, acompañada por la reducción en la natalidad que posibilita un mejor desarrollo y mejor cuidado del niño desde el vientre. En resumen, la explosión demográfica del siglo XX sucede gracias a la implementación de medidas sanitarias para controlar enfermedades contagiosas y a la inoculación.

Según Bethell¹⁷⁰, Costa Rica experimenta entre 1930 y 1990 un importante crecimiento poblacional al aumentar de cinco a seis veces de su población. En el periodo 1950-1962 el país experimenta una tasa de crecimiento demográfico importante con un 3,9% (Cuadro 1.1). No obstante, este ritmo de aumento baja en el periodo 1973-1984 cuando se

¹⁶⁷ Luis Rosero, “La explosión demográfica”, en *Costa Rica en el siglo XX*, Editorial Universidad Estatal a Distancia (San José, Costa Rica, 2004), 244.

¹⁶⁸ Héctor Pérez, *La población de Costa Rica, 1750-2000: una historia experimental*. (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2010), 143.

¹⁶⁹ Rosero, “La explosión demográfica”, 246.

¹⁷⁰ Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, 170.

llega a una tasa de crecimiento del 2,3% (ver Cuadro 1.1). En términos absolutos, dicho crecimiento se hace más evidente, pues cada 10 años, aproximadamente, la población aumenta por encima de un millón de personas. Por ejemplo, de 1973 a 1984 el incremento sobrepasa los dos millones de personas (ver Cuadro 1.1).

Cuadro 1.1

Población según censos nacionales: 1950 - 1984			
CENSO NACIONAL	TOTAL	TASA DE CRECIMIENTO INTERCENSAL	CRECIMIENTO INTERCENSAL
1950	800875	2,3	n. d
1963	1336274	3,9	1274668
1973	1871780	3,4	1738153
1984	2416809	2,3	2246647

Fuente: IX Censo Nacional de Población y V de Vivienda del 2000: Resultados Generales/ Instituto Nacional de Estadística y Censos. San José, C.R.: INEC; 2001.

Uno de los efectos directos del crecimiento poblacional y económico fue la creación de un comercio mucho más especializado con la aparición de supermercados, cadenas de comidas rápidas así como negocios importadores y almacenes departamentales, localizados especialmente, en las áreas urbanas, que formaron ambientes ideales para generar cambios en los gustos de los consumidores, como la preferencia por bienes importados, principalmente de los ligados a la clase media, que estaban experimentando importantes mejoramientos en su calidad de vida¹⁷¹.

2.2. Aumento del producto interno bruto y de los ingresos de la población

Después de la Segunda Guerra Mundial América Latina experimenta un crecimiento económico, el PIB anual y el PIB per cápita suben en un 5,3% y 3% respectivamente, el sector industrial aumenta su importancia dentro del desarrollo económico y social al acrecentar la productividad laboral lo que significa para los trabajadores salarios más

¹⁷¹ Gertrud Peters y Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica* (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2019), 127.

elevados y mejor calidad de vida¹⁷². Además de eso, el crecimiento industrial trae grandes transformaciones a nivel tecnológico y en la organización institucional ya que, empresas nacionales utilizan esta ventajosa época para impulsar investigaciones y desarrollar conocimientos en beneficio del rendimiento industrial¹⁷³.

De acuerdo con Bethell¹⁷⁴, la creciente urbanización acarrea grandes transformaciones en la estructura de la población económicamente activa, de América Latina, luego de la Segunda Guerra Mundial. Por ejemplo, en 1950 la agricultura concentraba cerca de la mitad de la fuerza laboral en la mayoría de países y más o menos dos tercios en República Dominicana, Haití y varios países centroamericanos. En esta época la mayoría de veces no se equilibra la disminución en la fuerza de trabajo en la agricultura con el aumento proporcional del empleo en el sector fabril, en Brasil por ejemplo, la fuerza del sector agrícola bajó en un 29% entre 1950- 1980, mientras su porcentaje en la industria creció únicamente un 10%, casos similares sucedieron en Colombia, Costa Rica, México y Venezuela¹⁷⁵. En este sentido, la rentabilidad del sector formal de empleo aumenta, mientras el sector informal también crece por la incapacidad del sector industrial de emplear todo el excedente de mano de obra, lo que realza la desigualdad de ingresos especialmente en las áreas urbanas¹⁷⁶.

¹⁷² Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión*, 169.

¹⁷³ *Ibid.*, 175.

¹⁷⁴ Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, 196.

¹⁷⁵ *Ibid.*, 196.

¹⁷⁶ *Ibid.*, 198.

Cuadro 1.2

PIB per cápita en dólares de 1950

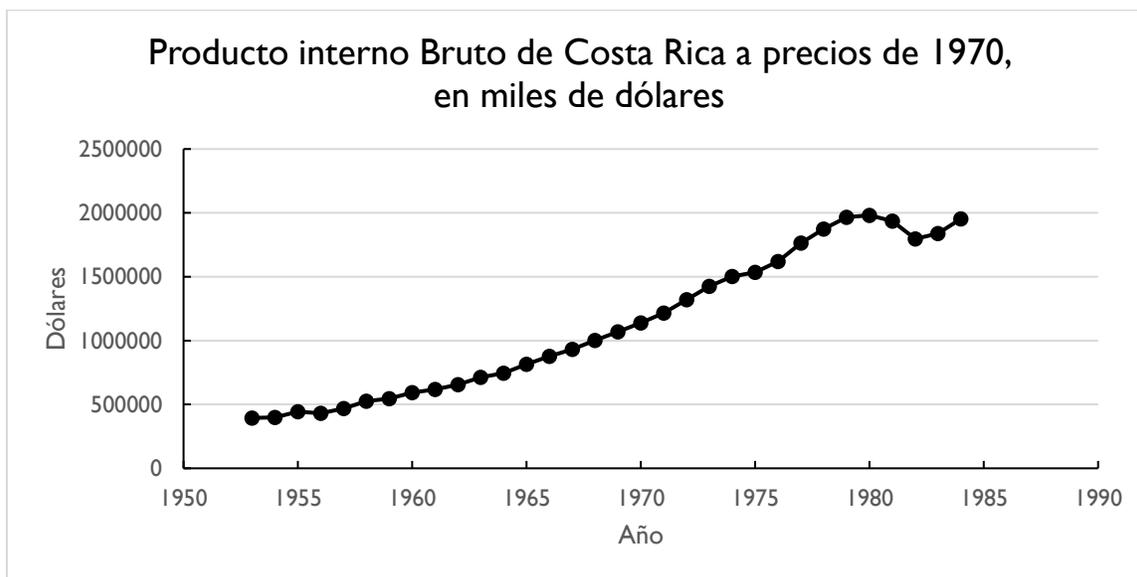
Año	Costa Rica
1949	286
1959	309
1969	390
1979	558
1982	493

Fuente: Víctor Bulmer Thomas, “Centroamérica desde 1920. Desarrollo económico en el largo plazo”. Anuario de estudios centroamericanos, Universidad de Costa Rica, 11 (1), 9.

El aumento del PIB en el caso costarricense se ve reflejado en el aumento del ingreso per cápita que para el periodo 1957 - 1997 se incrementa en un 68%¹⁷⁷. Este pasa de 286 dólares en 1949 a 493 dólares en 1982 (ver Cuadro 1.2). Dicho aumento permite agrandar del consumo y la imitación de patrones culturales externos, como el estadounidense. Lo anterior sumado al importante crecimiento de la población hicieron que en ese periodo el mercado interno incrementara casi seis veces su tamaño¹⁷⁸. Lo cual condujo a un movimiento comercial mucho más fluido y diferente, al presentado previo a la década de 1950.

¹⁷⁷ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 114.

¹⁷⁸ Ibid.

Gráfico 1.1

Fuente: Víctor Bulmer-Thomas, “Cuentas Nacionales de Centroamérica desde 1920: Fuentes y Métodos”. Anuarios de Estudios Centroamericanos, Universidad de Costa Rica, 12 (1) ,90.

Este aumento en el PIB nacional que se observa en el Gráfico 1.1 se debe al mencionado al auge económico de este periodo. Desde 1957 hasta 1997 el PIB total aumenta a una tasa anual de 4,5%; el sector comercial crece a una tasa anual de aproximadamente 4,1 %; mientras el sector de transporte y el financiero, experimentan mayor dinamismo al crecer a un 6,7% y 6,6% respectivamente¹⁷⁹. Lo cual debe al hecho de no estar al servicio exclusivo del comercio, porque, también prestan asistencia al sector agrícola, industrial y demás actividades económicas, lo que les da mayor movimiento; finalmente todos estos sectores son lo que en conjunto aportan al PIB total y consiguen el significativo crecimiento económico del país en esa época¹⁸⁰.

2.3. Crecimiento urbano y migración interna

Según Bethell¹⁸¹, la transformación socioeconómica de la región derivada de la Segunda Guerra Mundial lleva a la migración, especialmente la que va del campo a la ciudad.

¹⁷⁹ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica* , 109.

¹⁸⁰ Ibid.

¹⁸¹ Leslie Bethell, *Historia de América Latina.*,192.

No obstante, también suceden movimientos interurbanos y migración de ciudadanos a pueblos pequeños o zonas rurales, que unidos al agotamiento de la frontera agrícola cambia el patrón de distribución de la población latinoamericana a mitad del siglo XX.

La causa principal de la migración campo-ciudad de esta época en América Latina es la distribución desigual de la tierra producto de la segmentación agrícola tradicional en minifundios y latifundios que produce una enorme concentración de tierras en pocas manos¹⁸². Un patrón que se hereda de la colonia y en el cual la mayoría de personas tienen acceso limitado a la tierra o son trabajadores de las grandes propiedades¹⁸³. Mientras, otras explicaciones sobre esta expulsión rural en América Latina se concentran en señalar la falta de oportunidades económicas con relación al aumento poblacional de aquel momento, y el denominado sesgo urbano de los proyectos de industrialización de la posguerra, que hace que las inversiones en infraestructura productiva y social queden en los centros urbanos, casi siempre en la capital o grandes ciudades¹⁸⁴.

Las ciudades comienzan entonces a ser mucho más atractivas, con promesas de mayor empleo y mejor acceso a servicios públicos relacionados especialmente con la salud y educación; el transporte público a bajo costo y mejores vías de comunicación también constituyen factores decisivos para las personas que optan por la migración¹⁸⁵. De acuerdo con Thorp¹⁸⁶, esto conduce al crecimiento urbano de América Latina, con un promedio de aumento de 4,1% entre 1950-80, que trae como consecuencia un gran desequilibrio social ya que los flujos migratorios internos producen mayor desempleo al no absorberse la totalidad de la oferta de mano de obra, lo que acaba por crear un ambiente urbano hostil y de limitadas oportunidades.

¹⁸² Víctor Bulmer-Thomas, *La historia económica de América Latina desde la independencia* (México. D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1998), p 364.

¹⁸³ Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, 192-193.

¹⁸⁴ *Ibid.*

¹⁸⁵ *Ibid.*, 193.

¹⁸⁶ Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión. Una historia económica de América Latina en el siglo XX*, 136.

En el caso de Costa Rica, León¹⁸⁷ señala que, hacia 1950 el Valle Central asienta el 59% del total de la población, producto del crecimiento urbano derivado de la inmigración hacia las ciudades, especialmente a la capital, de gente proveniente de otras zonas urbanas y de zonas rurales. Asimismo, aumenta la migración fuera del Valle Central por parte de personas que no logran establecerse allí, dicho incremento se mantiene constante durante el periodo 1950-2000 y acaba por ser uno de los factores que aumenta los mercados. Lo anterior sugiere la existencia de una economía en mejor condición que permitió que se dieran este tipo movimientos poblacionales y crecimientos de mercados tanto dentro como fuera del Valle Central.

En el periodo 1963-1973 en Costa Rica el número de viviendas del área urbana pasa de 85600 a 151166 viviendas (ver Cuadro 1.3). Aunque la mayor parte de viviendas continúan en el área rural, hay que destacar que las tasas de crecimiento son mayores en el área urbana que en la rural (ver Cuadro 1.3). Lo que demuestra el fenómeno migratorio del campo a la ciudad y el crecimiento urbano característicos del periodo 1949-1984.

¹⁸⁷ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 111.

Cuadro 1.3

Año	Zona		Tasa de crecimiento intercensal (exponencial)		
	Urbana	Rural	Urbana	Rural	
1949 ⁽¹⁾	51 286	n. d	n. d	n. d	n. d
1963	85 600	144 760	3,66		n. d
1973	151 166	201 850	4,06		3,32
1984	255 895	297 293	3,76		3,87

Viviendas particulares en miles, según zona geográfica en Costa Rica 1949-1984.

Fuente: Elaboración propia. Censos de población y vivienda 1963,1973 y 1984. (1) En 1949 se realizó un censo únicamente de viviendas urbanas. IX Censo Nacional de Población y Vivienda. Resultados Generales, Costa Rica 2001.

Este crecimiento lleva al incremento diferenciado del mercado interno de Costa Rica a mediados del siglo XX ya que, la región central comienza a aglutinar la mayor parte de la población, así como la mayoría de habitantes con mejores ingresos económicos por lo se convierte en la meca del consumo nacional¹⁸⁸. Dicho patrón de asentamiento continua y a fines del siglo XX el Valle Central concentra casi el 60% de la población en 15% del área del país¹⁸⁹.

2.4. Amento del nivel de instrucción

En América Latina pasada la Segunda Guerra Mundial, las tasas de escolarización aumentan de manera sustancial, en 1960 la UNESCO informa que el porcentaje promedio latinoamericano de escolarización para edades de escuela primaria (5 a 11 años) es del 58%, promedio que asciende en 1985 al 84%. Otro indicador que demuestra el crecimiento de la escolarización en la región es la educación secundaria, en varios países latinoamericanos se organizan proyectos para extender el acceso a este tipo de educación en los años sesenta y setenta. Hacia 1960 la mayoría de países posee un promedio de escolarización secundaria

¹⁸⁸ Jorge León. *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 113.

¹⁸⁹ Ibid.

que oscila entre el 10% y 20%, mientras a inicios de los ochenta la mayoría presenta una tasa de entre 30% y 50%¹⁹⁰.

Como se observa la ampliación de la educación durante esta época se concentra en los niños y jóvenes, mientras los adultos quedan rezagados, pues de acuerdo con la UNESCO en 1973 en la región el máximo porcentaje de adultos, a partir de 25 años, sin escolarización corresponde a Guatemala con un 94%, y porcentajes más elevados se presentan en América Central con excepción de Costa Rica y Panamá¹⁹¹. Sin embargo, los hijos de estos adultos sí se benefician del contexto de auge económico que les permitió mayor acceso a la educación, en comparación con sus padres.

En el caso específico de Costa Rica en el periodo 1963-1984, se da un aumento de la población mayor a 20 años con educación secundaria y universitaria, en especial en las zonas urbanas (ver Cuadro 1.4). Lo que sugiere que se estaba gestando una población urbana mucho más educada y con mayores posibilidades de insertarse en el mundo laboral formal. Este tema se profundiza en el capítulo dos.

Cuadro 1.4

Nivel de instrucción de la población mayor de 20 años en Costa Rica, 1963-1984

Nivel educativo	Zona urbana						Zona rural					
	1963		1973		1984		1963		1973		1984	
Ninguno	15690	7,2	22865	6,1	26925	4,5	92840	26,4	92136	20,4	89043	13,7
Primaria	147540	67,9	219214	58,7	271266	44,9	244840	69,7	325574	72,2	438429	67,5
Secundaria	38720	17,8	87938	23,5	199538	33,0	10380	3,0	24086	5,3	95998	14,8
universitaria	15370	7,1	43607	11,7	106102	17,6	3380	1,0	9249	2,1	26160	4,0
Total	217320	100	373624	100,0	603831	100	351440	100	451045	100	649630	100

Fuente: Centro Centroamericano de Población: Censos de población y Vivienda de Costa Rica 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

El auge económico y el derivado crecimiento urbano en la segunda mitad del siglo XX propicia en la región no solo el aumento en las tasas de alfabetismo, sino también la mayor difusión de la prensa escrita y de la radio, lo que crea una transformación

¹⁹⁰ Leslie Bethell, *Historia de América Latina. Historia de América Latina*, 200.

¹⁹¹ Ibid.

sociopolítica¹⁹². En este sentido, se comienza a gestar una sociedad más educada, con mejores condiciones laborales y socioeconómicas que acaban por aumentar su capacidad de recibir información, así como de consumir bienes materiales.

2.5. Aumento del tamaño de los mercados e integración económica

En América Latina en la segunda mitad del siglo XX se da una contradicción entre crecimiento urbano, desarrollo económico y modernización ya que, por un lado, las ciudades concentran los recursos económicos y el crecimiento industrial estimula la elevación de los niveles de educación, la proletarización de la fuerza laboral y la expansión de trabajadores no manuales, mientras por otro, esto trae polarización social y una desequilibrada distribución de la renta¹⁹³. El desarrollo urbano conduce además a que las ciudades intermedias comiencen a tener la tasa de crecimiento más alta durante esta época debido al crecimiento de los pueblos pequeños¹⁹⁴.

En Costa Rica en esta misma época también se fundan ciudades y pueblos a partir de las ciudades establecidas antes de 1950, sin embargo, es hasta las década de 1960 y 1970 que estas experimentan procesos de expansión de servicios y consiguen atraer consumidores a sus áreas de influencia¹⁹⁵. En otras palabras, este proceso de urbanización del país tarda poco más de un siglo, y se debe destacar el hecho de que este crecimiento urbano al suceder alrededor de San José termina por cercar el desarrollo comercial de las ciudades vecinas, desechando sus posibilidades de competir ¹⁹⁶.

El crecimiento comercial del área central de Costa Rica en este periodo se refleja en el hecho de que para el año 1973 los asalariados de la región Central, Pacífico Central y el Valle Central Oriental laboran menos en las actividades primarias y más en las secundarias y terciarias¹⁹⁷. Este contexto de crecimiento regional y nacional se entrelaza con el contexto

¹⁹² Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, p 136.

¹⁹³ Ibid., 216.

¹⁹⁴ Ibid., 219-220.

¹⁹⁵ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 118.

¹⁹⁶ Ibid., 116.

¹⁹⁷ Ibid., 510-511.

internacional de aquella época caracterizado por la preeminencia mundial de la economía estadounidense. En la Segunda Guerra Mundial Estados Unidos aumenta su producción en un 50% y fabricando más de la mitad de los bienes industriales del mundo¹⁹⁸. Por ello, en esa época a esta nación le interesa asegurar el comercio de estos bienes, especialmente maquinaria y equipos de producción, por ende, países latinoamericanos con sus proyectos de industrialización se convierten en potenciales clientes, para sus bienes e inversiones¹⁹⁹.

Dichos planes de industrialización surgen en la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) en 1948, y se basan en la tesis de aumentar la productividad por medio del progreso técnico industrial²⁰⁰. La industrialización en esta época se basa entonces en el modelo de desarrollo hacia adentro propiciando la adjudicación de nuevas funciones e instrumentos en el sector público y creando en cada país un grupo de tecnócratas con conocimientos en áreas de economía, planificación e ingeniería, que en la mayor parte de los casos desempeñan un papel esencial en la construcción de infraestructura, de nuevos entes de desarrollo y de organismos financieros²⁰¹.

Esta transformación industrial incrementa las importaciones de América Latina, en el caso de Centroamérica las importaciones pasan de 300 millones de dólares en 1950 a 5500 millones en 1977. A inicios de la década de 1950 el 45% del total importado por esta región corresponde a bienes de consumo, mientras los bienes intermedios representan un 24% y los bienes de capital el 17%, sin embargo, para 1977 este panorama cambia cuando los bienes de consumo pasan a concentrar el 23%, los intermedios suben al 34% y los de capital al 23%²⁰². Lo que refleja el impacto del desarrollo de la industria que, por una parte, dinamiza el mercado regional y por otra produce desequilibrio en la balanza de pagos que se financia con recursos económicos externos aumentando la deuda²⁰³. En ese sentido, Estados Unidos

¹⁹⁸ Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión*, 137.

¹⁹⁹ *Ibid.*, 139.

²⁰⁰ *Ibid.*, 141-142.

²⁰¹ *Ibid.*, 150.

²⁰² Isaac Cohen, "Sustitución de importaciones e integración económica en el desarrollo de Centroamérica (1950-1980).", en *Industrialización y Estado en la América Latina. La leyenda negra de la Posguerra* (México: Fondo de Cultura Económica, 2003), 430.

²⁰³ *Ibid.*, 431.

colabora con el desequilibrio de las economías latinoamericanas por medio del otorgamiento de empréstitos y la inversión extranjera directa de la que dependen muchos de los procesos de industrialización²⁰⁴.

Al mismo tiempo de esta industrialización, nace la iniciativa de integración como la solución para aumentar el tamaño del mercado²⁰⁵. En los años cincuenta que se discute este asunto en la CEPAL, primero entre dirigentes políticos latinoamericanos, luego en Estados Unidos y después en el foro de Alianza para el Progreso²⁰⁶. Las tres iniciativas de integración que se dan en América Latina entre 1950 y 1960 son: el Mercado Común Centroamericano (MCCA), la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC) y el Pacto Andino²⁰⁷. Aunque los alcances de la ALALC no llegan a cumplir las expectativas propuestas por el Tratado de Montevideo, el acuerdo contribuye significativamente a que el comercio intrarregional aumente, a fines de la década 1960 el Pacto Andino se convierte en una nueva oportunidad para poner en práctica lo aleccionado con la ALALC²⁰⁸. Mientras el MCCA se considera el caso más fructuoso de integración de esta época²⁰⁹.

2.6. Crisis fiscal y reforma estructural

Thorp²¹⁰ señala que, después del auge industrial en América Latina no se hacen esperar los desequilibrios de la balanza de pagos y de índole fiscal, evidentes desde la década del setenta y que provocan el agotamiento del modelo de sustitución de importaciones. Dicho desbalance se explica en parte, por la baja rentabilidad que comienzan a tener las exportaciones a fines de los años sesenta, debido a las políticas de protección que restringen las importaciones y sobrevaloran el tipo de cambio, situación que prácticamente obliga a los exportadores a comprar materia prima nacional a un alto precio, mientras el proteccionismo de los países desarrollados contribuye a hacer menos favorable el ambiente para el comercio

²⁰⁴ Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión*, 137-142.

²⁰⁵ *Ibid.*, 150.

²⁰⁶ *Ibid.*, 159.

²⁰⁷ *Ibid.*, 160.

²⁰⁸ *Ibid.*, 161.

²⁰⁹ *Ibid.*, 160.

²¹⁰ *Ibid.*, 179.

exterior, y el proteccionismo interno crea una fuerte dependencia hacia las importaciones de bienes de capital, productos agrícolas y capital extranjero²¹¹.

Según esta misma autora, la crisis del petróleo en 1973 que cuadruplica el precio del petróleo, conduce además en esta época a una elevación de precios de los productos básicos en los mercados mundiales²¹². Sobre este mismo, pero en Costa Rica, León et al²¹³ indican que, los precios de importación experimentan un rápido aumento en la década de 1970, principalmente a partir de 1973-1974, mientras los precios de las exportaciones se tornan inestables, lo que ocasiona un clima de intercambio desfavorable para el país. A pesar de lo anterior, a fines de los años setenta el reutilizamiento de los excedentes de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) y el incremento generalizado de la liquidez internacional promueve préstamos de parte de bancos internacionales privados²¹⁴. Según Bulmer-Thomas²¹⁵, los factores que propician esto fueron: el crecimiento del mercado de los eurodólares y la expansión de filiales y oficinas de bancos internacionales en el mercado latinoamericano empezando por las entidades financieras de Estados Unidos. De esta manera, este autor señala que, se crea la estructura bancaria- comercial para poner en práctica un financiamiento externo casi sin restricciones ya que, estos préstamos estaban prácticamente libres de condiciones, a diferencia de los préstamos otorgados en los años sesenta por el Fondo Monetario Internacional (FMI), en la década de 1970 sucede entonces una flexibilización en el otorgamiento de préstamos²¹⁶.

Lo anterior, dice Bulmer-Thomas, contribuye con el desastre de la segunda crisis petrolera de 1978-1979 que hace insostenible la deuda latinoamericana que había incrementado velozmente desde fines de los sesenta; los términos de intercambio se desequilibran para los países importadores de petróleo y en esta ocasión los países

²¹¹ Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión*, 180.

²¹² *Ibid.*, 220.

²¹³ Jorge León, Justo Aguilar, Manuela Chacón, Gertrud Peters, Antonio Jara, María Villalobos, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. Crecimiento y las políticas económicas*. (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2014), 276.

²¹⁴ Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, 140-142.

²¹⁵ Víctor Bulmer-Thomas, *La historia económica de América Latina desde la independencia*, 417.

²¹⁶ *Ibid.*, 419.

desarrollados responden con una rígida política monetaria incrementando los intereses a niveles exorbitantes²¹⁷. A partir de 1980 América Latina crece lentamente y en 1981 la deuda llega al máximo revelando que el crecimiento basado en la deuda es incompatible con la capacidad de pago²¹⁸. A inicios de 1980, según Bethell, América Latina tiene entonces la deuda con la magnitud más grande en el Tercer Mundo, el promedio de deuda/PNB era del 42% y hacia 1983 aumenta hasta el 61%²¹⁹. Lo cual pone a la región en una situación crítica, después de décadas de un relativo auge económico.

Para este autor, el escenario de crisis ocurre durante la época en que la mayoría de países latinoamericanos implementan la Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI), la excesiva dependencia de bienes intermedios y de capital derivada de esta forma de crecimiento hace que las economías latinoamericanas sean más frágiles ante una crisis económica²²⁰. Este desequilibrio trae según Thorp²²¹, un desmedido aumento de la inflación en América Latina, para 1970 la tasa media de inflación en América Latina supera el 20%, y aumenta en los siguientes años.

A finales de la década de 1980 América Latina llega a una época de contracción y de reforma estructural, donde todos los países la desarrollan de manera distinta y en diferentes temporalidades, sin embargo, todas las medidas tomadas por los gobiernos para afrontar las dificultades se ajustan a un nuevo enfoque político, el modelo neoliberal²²². La mayoría de países devalúan sus monedas con el objetivo de utilizar la mayor cantidad de recursos para pagar la deuda exterior, también optan por la reducción del gasto social que se reduce en un 10% en términos reales entre 1982 y 1986²²³. Por consiguiente, la pobreza crece en toda la región, las familias por debajo de la línea de pobreza pasan de un 35% en 1980 a un 41% en 1990²²⁴. Dichas medidas hacen que la desigualdad en la distribución de los ingresos aumente,

²¹⁷ Ibid., 420-421.

²¹⁸ Ibid., 421-423.

²¹⁹ Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, 140-145.

²²⁰ Ibid., 180.

²²¹ Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión*, 180-181.

²²² Ibid., 215-216.

²²³ Ibid., 234-236.

²²⁴ Ibid., 236.

en toda la región latinoamericana, el quintil superior recibe hacia 1970 aproximadamente 60% del ingreso, porcentaje muy por encima al de los países desarrollados (cerca de 45%), por lo que es evidente la mala distribución de los activos en la región²²⁵.

Una de las formas de atenuar la crisis, según esta última autora fue, volver la mirada de nuevo a la integración económica de los países. A mediados de los años ochenta el resurgimiento de la integración en América Latina con la CEPAL trae renovadas opciones con el fin de lograr un orden internacional más abierto²²⁶. En esta dirección, se establecen acuerdos de apoyo con el Pacto Andino y con el MCCA. Este renacer de la integración de regiones comerciales pronto llama la atención de Estados Unidos que para 1990 plantea una zona libre de comercio para las Américas basada en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte que incluye Canadá, Estados Unidos y México²²⁷.

De acuerdo con Thorp²²⁸, las últimas décadas del siglo XX se caracterizan entonces por una mayor integración y movilidad del mercado mundial de los bienes de producción, y también por el aumento de industrias de producción intensiva que favorecen el libre mercado; este nuevo comportamiento de los mercados se ve reflejado en las exportaciones mundiales que aumentan en un 4,5% de 1973 a 1994, no más veloz que en la década anterior, sin embargo, esta vez se registran crecimientos en el comercio intra empresarial y en la exportación de productos manufacturados, todo lo anterior es positivo porque se mejora la eficiencia y competitividad, sin embargo lo negativo es el aumento en la inestabilidad del capital. Lo cual vuelve a dejar a América Latina en una frágil posición ante algún desequilibrio externo.

III. La industria en Costa Rica y el Mercado Común Centroamericano

El papel de la industria en Costa Rica durante el periodo de estudio es una parte importante que contribuye con la expansión del consumo de bienes industriales, ya que el país incursiona en esta época en su fabricación. Entonces, en esta sección se describe la

²²⁵ Víctor Bulmer-Thomas, *La historia económica de América Latina desde la independencia. La historia económica de América Latina desde la independencia*, 364.

²²⁶ Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión*, 248.

²²⁷ *Ibid.*, 249.

²²⁸ *Ibid.*, 216- 217.

producción nacional de los siguientes bienes industriales: alimentos procesados, electrodomésticos y vestimenta manufacturada. Así como el papel que tuvo el Mercado Común Centroamericano (MCCA) dentro de este empuje industrial.

3.1 El Mercado Común Centroamericano (MCCA)

En los años cuarenta la declaración de guerra mundial azotó el mercado europeo perjudicando a América Central, especialmente a Costa Rica dado que el 49,1% de su exportación estaba dirigida a Inglaterra y Alemania en 1939; el principal producto de exportación era el café y a causa de la guerra bajaron los precios, así como los impuestos de producción y exportación²²⁹. Lo anterior desencadenó una inflación en los precios de importación que implicó la ralentización en el desarrollo de la agricultura y la industria, sin embargo, la industria tuvo algún progreso en estos años de guerra ya que, por estrategia Centroamérica recibió préstamos provenientes de Estados Unidos²³⁰. Finalizada esta contienda bélica Centroamérica enfrentó el desafío de la modernización del capitalismo, lo que significaba crear un ambiente favorable para que la acumulación de capital no dependiera en mayor medida del sector agroexportador²³¹.

En los años sesenta la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) impulsó un modelo de crecimiento “mixto”, que unía la sustitución de importaciones con la diversificación de los productos de exportación y la integración regional esta última expuesta como elemento para organizar la sustitución de importaciones y plataforma de nuevas exportaciones. La CEPAL entonces intervino en los primeros proyectos de integración entre los que se hallaba el Mercado Común Centroamericano también creado en 1960. El Tratado General de Integración Económica Centroamericano fue firmado por todos los países de la región, con la excepción de Costa Rica, en 1960. Costa Rica se incorpora hasta 1963²³². El establecimiento de este organismo de integración más la ayuda proveniente del programa

²²⁹ Víctor Bulmer-Thomas, *La economía política de Centroamérica desde 1920*. (San José, Costa Rica: Editorial Universitaria Centroamericana, 1989), 91.

²³⁰ Víctor Bulmer, *La economía política de Centroamérica desde 1920*, 92 y 95.

²³¹ *Ibid.*, 125.

²³² *Ibid.*, 174.

estadounidense de Alianza para el Progreso hizo de la década de los años sesenta una época venturosa para Centroamérica.²³³

La integración económica centroamericana representó para los países miembros un cambio en los bienes comercializados y en el manejo del comercio pues el intercambio se concentra en los bienes industriales, dado que los países asociados son todos productores y exportadores de productos agrícolas, esto conduce a un incremento significativo en las importaciones derivado de la necesidad industrial de materias primas; mientras las exportaciones experimentan la aparición de un nuevo rubro, los bienes manufacturados²³⁴.

El mencionado Tratado General de 1960 dictamina el libre comercio del 95% de todos los bienes incluidos y la eliminación de barreras arancelarias en 1966 y acuerda un arancel externo común. En este caso en particular, la industrialización y la integración se producen al mismo tiempo lo que generó una evolución ascendente para el comercio intrarregional.²³⁵

El comercio intrarregional promovido por el MCCA a mitad de la década de 1960 se caracterizó por estar casi completamente libre de impuestos, lo que permitió acelerar el crecimiento comercial, así como un mayor reemplazo del comercio extra regional de productos industriales²³⁶. El impuesto externo común del MCCA aumentó la protección nominal en bienes de consumo, mientras se reducían las tarifas nominales de bienes intermedios o de capital.

Además de lo anterior, la agricultura de exportación (café, banano, algodón y carne) continuaba acaparando las inversiones locales, mientras la inversión industrial con el MCCA dependía esencialmente del financiamiento externo, lo que disparó la inversión extranjera directa en la región y dejó a las multinacionales en una posición dominante²³⁷. La década de 1960 fue entonces una ilusión de prosperidad pues, aunque fue evidente el auge del comercio

²³³ Víctor Bulmer, *La economía política de Centroamérica desde 1920*, 175.

²³⁴ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 336.

²³⁵ Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión*, 160.

²³⁶ Víctor Bulmer, *La economía política de Centroamérica desde 1920*, 180.

²³⁷ *Ibid.*, 176.

intrarregional y el aumento del PIB per cápita, la contribución del MCCA a este último fue poca ya que, el motor de la economía de la región continuaba siendo el sector agroexportador.

Los problemas fiscales no resueltos se agudizaron a fines de la década de 1960 y detuvieron el proyecto del MCCA en la década de 1980, creándose así un grave problema en las finanzas públicas²³⁸. El MCCA fue entorpecido también por la injerencia de Estados Unidos en este proyecto que originalmente buscaba el desarrollo por medio de la integración, mientras Estados Unidos buscaba poner el MCCA al servicio de sus intereses económicos orientados al libre comercio²³⁹.

La caída de Somoza en 1979 en Nicaragua produjo una crisis regional que enfatizó las necesidades de reformas sociales y políticas más que económicas quedando así paralizado el proyecto de integración económica regional²⁴⁰. En los años ochenta se sumó la crisis del petróleo, y los grandes endeudamientos efecto de préstamos internacionales que ocasionaron desajustes en las balanzas comerciales²⁴¹. Fue bajo este escenario que se abandonó el proyecto original del MCCA. Es importante destacar que de las tres iniciativas de integración de América Latina surgidas en las décadas de 1950 y 1960 el MCCA fue la más productiva, debido a la homogeneidad de sus miembros a nivel del PIB per cápita, situación que no se dio con los países del sur²⁴².

3.2. La industria costarricense antes de 1960

En un estudio del Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas²⁴³ se señala que, hacia 1957 la actividad industrial se concentra en el centro del país, en la Meseta Central que comprende los centros urbanos de San José, Alajuela, Heredia y Cartago se hallaba el

²³⁸ Víctor Bulmer, *La economía política de Centroamérica desde 1920*, 180.

²³⁹ Leonardo Garnier y Fernando Herrero, *El desarrollo de la Industria en Costa Rica*, 86.

²⁴⁰ Víctor Bulmer, *La economía política de Centroamérica desde 1920*, 230.

²⁴¹ Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, 159.

²⁴² Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión*, 160.

²⁴³ Raúl Hess y et al, *La economía costarricense a mediados del siglo XX* (San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica, Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas, 2008), 45.

80% del total de establecimientos industriales. El principal factor de esta concentración geográfica era la alta densidad de población en esta región del país.

De acuerdo con este mismo estudio, en esta época el aumento de la industria fue paulatino, pues su participación pasa de 8,5% en 1946 a 10,5% en 1956 en el PIB. Dicha transformación se produce a costa del sector agropecuario. En esta etapa inicial la industria costarricense produce poca variedad y reducida cantidad de artículos. Según esta investigación el atraso de este sector se debe principalmente a la pequeña dimensión del mercado. La magnitud de este último depende del promedio de ingreso por persona, del número de habitantes y del grado de integración geográfica del sistema económico, en 1957 por ejemplo, el ingreso per cápita en Costa Rica era de 311 dólares, cifra por encima del promedio latinoamericano, lo que evidencia que es la poca población la principal razón de la reducida capacidad del mercado costarricense de esa época²⁴⁴.

A partir de 1946 según lo indicado por Hess et al ²⁴⁵, la industria nacional inicia un periodo de veloz desarrollo producido por una mezcla de factores entre los que se incluyen: el dinamismo de la demanda global, la política crediticia y en menor medida la diversificación industrial y la política arancelaria. El factor de mayor importancia en el crecimiento industrial del periodo 1946-1957, según dicho autor fue el dinamismo de la demanda global, que progresó con gran fuerza por la mejora en los precios de intercambio que vive el país a partir de 1946²⁴⁶.

De acuerdo con este mismo estudio²⁴⁷, la producción se expande a una tasa anual de 9.5% durante 1946-1951 promovida en gran parte por las limitaciones que la política de comercio exterior impuso a la importación de bienes de consumo. A partir de 1951 la actividad manufacturera crece a un promedio anual de 8,4%, un poco menor al de los años anteriores, sin embargo, no dejó de ser un incremento rápido. Esto posiblemente sucedió por la competencia extranjera favorecida por la baja relativa de los precios de importación.

²⁴⁴ Ibid., 27-28.

²⁴⁵ Ibid., 29.

²⁴⁶ Ibid.

²⁴⁷ Ibid.

De acuerdo con Hess et al²⁴⁸, el acelerado ritmo de crecimiento industrial fue el resultado de distintas tasas de crecimiento en cada rama de la industria. En 1946 las cuatro principales actividades industriales- productos alimenticios, bebidas, prendas de vestir y madera- conformaban un 67,6% del valor global de la producción y para 1957 se redujo a 65,8%. En este periodo las industrias de alimentos aportan cerca de una cuarta parte del ingreso industrial y constituyen la actividad más importante. Su acelerado desarrollo se debe principalmente a las industrias de productos lácteos, alimentos para ganado, embutidos, molinos de trigo y aceites y gasas. Mientras las industrias de bebidas y tabacos crecieron más despacio que el promedio industrial.

Entre las industrias mecanizadas del periodo 1946-1957 señaladas en este estudio, se encuentran: la pasteurización y fabricación de productos lácteos, las fábricas de margarinas y aceites alimenticios, los ingenios de azúcar, los molinos de harina, las manufacturas de chocolate, confites, conservas enlatadas y fábricas de bebidas no alcohólicas como los refrescos y aguas gaseosas, que alcanzaban en ese periodo las 31 empresas. Asimismo, existían pequeñas fábricas de calzado y prendas de vestir que tenían un promedio de entre 2 y 4 trabajadores; y empresas de fabricación de cocinas, rótulos, trapiches, envases de metal y máquinas de beneficiar café²⁴⁹.

Algunas de las empresas de alimentos que introdujeron nuevos productos y estrategias de producción en los años entre 1940 y 1960 fueron: en producción de dulces, conservas y confites, las compañías El Gallito (1912), El Trópico (1934) y Pozuelo (1938); en la producción de insumos para la industria alimentaria, la Costa Rica Cocoa (1952), la compañía de Aceites y Grasas de Garrido- Llovera (1940), y la Compañía Numar (1951); la Puntarenas Refrigeration Co. (1932) en enlatado de atún; y en lácteos la Cooperativa Dos Pinos (1950). Sin embargo, algunas empresas textiles se adicionaron a las fundadas en la primera mitad del siglo XX, como: INTEX (1950), Barzuna (1955), Compañía Textil Centroamericana (1956), Textiles Nylon (1957) e Industrias Sedalana (1959)²⁵⁰. La industria

²⁴⁸ Ibid., 30-31.

²⁴⁹ Ibid.

²⁵⁰ Jorge León, Justo Aguilar, Manuela Chacón, Gertrud Peters, Antonio Jara, María Villalobos, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. Crecimiento y las políticas económicas*, 130.

de principios del siglo XX fue la base de este posterior auge industrial sucedido en décadas 1960 -1970, cuando Costa Rica además forma parte del MCCA.

Como ya se mencionó la industria de esta época se asentó en gran parte en la producción alimentaria, por ejemplo, la industria de bebidas no alcohólicas en este periodo, de 1940 a 1960 aumentó la elaboración de este tipo de bebidas, con el mejoramiento en las técnicas de producción, y la implementación de máquinas especializadas para producir y embotellar. Desde 1940 que las bebidas gaseosas comenzaron a producirse bajo patentes de empresas como: la Coca Cola (1941), La *Orange Crush* (1942) y la *Canada Dry* (1943) que desde su aparición comenzaron a predominar en el mercado nacional en detrimento de las pequeñas empresas nacionales dedicadas a la producción de bebidas²⁵¹.

Lo anterior es un reflejo de la injerencia comercial extranjera en este caso, de Estados Unidos, de donde provenían dichas franquicias, que en poco tiempo se convirtieron en verdaderos íconos de la industria alimentaria en el ámbito nacional ya que comenzaron a ser regularmente consumidas sus bebidas especialmente por la población urbana que se veía cada vez más seducida por un estilo de vida cosmopolita. Por otra parte, la producción de bebidas alcohólicas anterior a los años sesenta se caracteriza por su larga presencia en el país, pues la Fábrica Nacional de Licores (FANAL) se estableció en 1850 y la Cerveza Traube desde 1905 que fuera propiedad de Richmond Traube un alemán radicado en Costa Rica²⁵².

Otro de los productos que caracterizó la industria nacional antes de la década de 1960 fue la producción de cigarrillos de tabaco, la Republic Tobacco Company y la Tabacalera Costarricense, compañías de tipo transnacional, que llegaron después de la década de 1910. La Republic Tobacco Company se estableció aquí en 1912 e inició con la producción de breva, pero esta era de baja calidad por la utilización de tabaco de producción nacional, por lo que, se introdujeron mejoras en los procedimientos de cultivo, así como nuevas especies de tabaco como el Virginia y el Kentucky. La primera marca de cigarrillos que fabricado por

²⁵¹ Ibid., 130-131.

²⁵² Patricia Vega, “Consumo de bebidas alcohólicas, publicidad y diversiones en Costa Rica (1900-1930)”, *Revista Reflexiones*, 1, no. 88 (2009): 30-31.

esta compañía se llamó: ‘La Suerte’ que contenía la caja de diez o doce cigarrillos fuertes, y de mejor calidad que los amarillos²⁵³.

El mencionado estudio del Instituto en Investigaciones en Ciencias Económicas, menciona en relación a la producción textil que hasta 1952 esta industria se mantuvo estancada y fue a partir de 1953 que experimento una acelerada expansión, ya que en los siguientes cinco años triplica su producción y aumenta su participación al más del 4%. Según este mismo estudio en el periodo de estudio 1946-1957, las fábricas de ropa cuadruplicaron su producción. En síntesis, la industria costarricense que precede los años sesenta, se basó en la producción de alimentos, sin embargo, tuvo una importante producción textil, esta fue la segunda rama de la industria con mayor presencia en la industria nacional. Finalmente debe recordarse que, esta época la injerencia de empresas extranjeras implicó una dependencia directa con el capital extranjero que entorpeció el desarrollo de una industria basada en el capital nacional.

3.3. La industria en Costa Rica después de 1960

De acuerdo con Garnier y Herrero²⁵⁴ el sector industrial de Costa Rica se fortalece en el periodo 1950 – 1962 cuando su participación en el PIB tuvo un aumento de 136,5%, debido a diversos factores como: la mejora de los términos de intercambio, de las condiciones económicas internas, y al aumento en la demanda de bienes industriales. Según Jorge Leo et al²⁵⁵, otro dato que comprueba a este crecimiento industrial es el número de trabajadores en este sector económico que entre mitad de la década de 1940 e inicios de los sesenta pasó de unos 10.000 empleados a superar los 33.000, posicionándose como el tercer empleador más relevante después del sector agrícola y el de servicios. “

²⁵³ Alicia Alfaro y Maynor Badilla, “Apuntes sobre la trayectoria del tabaco en el cantón de Palmares”, *Revista Herencia* 23, n.º 1 (2010): 125.

²⁵⁴ Leonardo Garnier y Fernando Herrero, *El desarrollo de la Industria en Costa Rica* (Heredia, Costa Rica: EUNA, 1981), 56-57.

²⁵⁵ Jorge León, Nelson Arroyo y Andrea Montero, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. La industria en Costa Rica en el siglo XX*, 2016.

La industria que mostró gran aceleración en esta época fue la de los bienes de consumo final, en otras palabras, la dedicada al estadio final del proceso productivo. Lo cual condujo a una paulatina disminución de la importación de este tipo de bienes, por ejemplo, de 1957 a 1962 la traída del extranjero de embutidos y carne bajó en un 54%, la manteca en 98%, la leche en polvo en 99%, galletas en 56%, los jabones de tocador y baño en 57%, los dentífricos en 94%, las pinturas en 45% y los muebles de metal en 57%²⁵⁶. Como lo evidencian estas cifras, la industria nacional en aquellos años proporcionaba cerca de la mitad de la demanda de estos productos industriales. Lo que comprueba su buena aceptación por parte de los consumidores costarricenses. La producción industrial en este periodo desempeñó, además, un papel importante en la exportación de bienes al resto de Centroamérica con el ingreso al MCCA, que contribuyó a activar el comercio intrarregional.

En la segunda mitad del siglo XX en el país hubo una diversificación orientada a la producción de bienes industriales para el consumo. A partir de los años sesenta la producción de bienes intermedios y metal mecánicos también aumentan su contribución al PIB industrial, la ausencia de industrias metálicas básicas, vitales para la industria pesada no impide que el país se incursione en la producción de este tipo de bienes, a manera de ejemplo el sector metal mecánico pasó de un 5,2% en 1962 al 10,4 % en 1972. Esta producción creó una mayor dependencia de materias primas y bienes de capital con países más industriales, que desequilibraba la balanza de pagos²⁵⁷. Lo que respondía al nuevo orden mundial donde las ramas de la industria pesada se adjudicaron a países industrializados y las ramas ligeras y algunas pesadas de menor sofisticación se les confirieron a países de la periferia como el nuestro²⁵⁸.

Este auge industrial se vino abajo con la crisis que se afrontó a inicios de los ochenta causada por el excesivo crecimiento estatal en la década anterior y que reflejo la inviabilidad de seguir con el modelo capitalista-dependiente instaurado desde la mitad de la década del cincuenta. Además de los factores desencadenantes de la crisis ya mencionados, se pueden adjuntar el fallido intento de industrialización debido a la alta dependencia de materias primas

²⁵⁶ Leonardo Garnier y Fernando Herrero, *El desarrollo de la Industria en Costa Rica*, 65.

²⁵⁷ *Ibid.*, 110-112.

²⁵⁸ *Ibid.*, 112-113.

del exterior que impidió la articulación interna de la industria; la importación de bienes que además creó nuevos hábitos de consumo dentro de las clases altas y medias de la sociedad lo cual también favoreció el desbalance de la economía²⁵⁹. Mientras al mismo tiempo el sector agrícola que continuaba siendo el más grande, experimenta bajos rendimientos, especialmente hacia finales de los setenta²⁶⁰.

3.4. La producción de bienes industriales en la segunda mitad del siglo XX

Este apartado describe la industria nacional de bienes industriales de consumo doméstico en la segunda mitad del siglo XX. El cuadro 1.5 muestra los porcentajes de la producción interna de: alimentos, bebidas no alcohólicas, vestimenta manufacturada y electrodomésticos.

Cuadro 1.5

Producción industrial de Costa Rica (valores de costo en porcentajes)

Rama industrial	1952	1958	1964	1975
Productos alimenticios	72,2	59,6	53,6	32,0
Industria de bebidas	10,6	8,9	7,4	6,1
Vestimenta manufacturada	3,4	5,9	6,7	2,7
Artefactos eléctricos	0,2	0,2	0,5	2,7
Resto de ramas	13,6	25,5	31,8	56,5
Total	100	100	100	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) censos industriales de Costa Rica 1952, 1958, 1964 y 1975. Elaboración propia.

La industria nacional de la segunda mitad del siglo XX siguió caracterizándose por la mayor producción de bienes considerados ligeros²⁶¹. Como se observa en el cuadro 1.5 en 1952 el rubro productos alimenticios representaba alrededor del 72% del total de la producción industrial nacional, lo que confirma el predominio de esta rama en la producción industrial costarricense a inicios de la década de 1950. Para fines de este decenio, había

²⁵⁹ Jorge Rovira, *Costa Rica en los años 80* (San José, Costa Rica: Editorial Porvenir S.A., 1987).

²⁶⁰ *Ibid.*, 37.

²⁶¹ Luis Paulino Vargas, *Modelo Desarrollista y de industrialización sustitutiva*. (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2007), 23.

disminuido la producción interna de comestibles. Sin embargo, continuó constituyendo más del 50% de la producción hasta mediados de los años sesenta. La preeminencia de la fabricación de comestibles industriales cambia hacia la mitad de la década de 1970, cuando se experimenta una disminución en este rubro del 21,1% con respecto a 1964. Lo anterior guarda relación con la situación de crisis del MCCA y también al aumento de la importación de esta clase de bienes, que robustece la oferta nacional con el aumento de la variedad, para satisfacer los recientes cambios preferencias de los consumidores.

De acuerdo con una investigación del Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas²⁶², en el año 1957 las industrias alimenticias conformaban una gran diversidad de tipos de empresas, parte de estas son empresas tradicionales que se vienen desarrollando a través del tiempo y cuyos orígenes son antiguos; sin embargo, el incremento del consumo vinculado con el aumento del Ingreso Nacional provocó la aparición de nuevas industrias alimentarias con el fin de poder satisfacer la nueva demanda.

De acuerdo con ese estudio la fabricación de productos lácteos entre 1950-1957 se ha transformado sustancialmente al haber actualizado en casi todas sus líneas. En la fabricación de mantequilla y helados y en la pasteurización de leche se da la creación de una Cooperativa de Productores de Leche que funciona satisfactoriamente tanto en el proceso como en la distribución de leche pasteurizada y demás productos lácteos. De igual manera, las industrias de aceites y grasas comestibles tuvieron éxito en su exportación y aceptación de parte de los consumidores nacionales. También las fábricas de embutidos y enlatados de atún tuvieron mucha aceptación en el mercado interno durante estos años, así como las industrias de envase y conservación de frutas y legumbres; y las fábricas de cacao, chocolates y confites que mejoraron su equipo y técnicas de producción en este periodo, lo cual condujo a que esta clase de alimentos tuvieran mucha acogida en el mercado interno²⁶³.

La producción de bebidas tuvo un papel menor que el de la rama industrial de alimentos en general. Sin embargo, para 1964 mostró un incremento importante al alcanzar el 8,90% del total de la producción nacional dato que confirma el auge industrial general que,

²⁶² Hess y et al, *La economía costarricense a mediados del siglo XX*, 70-71.

²⁶³ *Ibid.*, 72-73.

aunque en los años de 1964 y 1975 esta disminuye (ver Cuadro 1.5), en parte por producto de la nueva dinámica comercial de la época que promovía el intercambio intrarregional de bienes industrializados, lo que provocaba variaciones en la producción interna de esta clase de productos. Según Hess et al²⁶⁴, entre 1946-1957 el 70% de las bebidas no alcohólicas corresponde a la producción de tres fábricas que tienen una participación del capital extranjero considerable. Entre los principales insumos nacionales se encuentran la panela, la melaza, el azúcar y el gas carbónico. De los productos nacionales terminados pasan a la demanda final el 92%.

Mientras la fabricación industrial de vestimenta ocupa en este periodo, el segundo lugar en importancia después de la industria de alimentos y la de bebidas (ver Cuadro 1.5). En 1952 este rubro representó cerca del 3,43% del valor total de la producción industrial, porcentaje que se mantuvo constante hasta mediados de los años setenta pues en esta década dicho porcentaje ascendió al 6,66%²⁶⁵. Este comportamiento poco variable responde en parte a la importación de prendas de vestir y a la fabricación casera de ropa de aquella época.

La producción textil ocupa esta importante posición en la industria costarricense desde la década de 1950 cuando as fábricas dedicadas a este tipo de producción pasaron de 39 a 45 sin contar las sastrerías que junto con las empresas textiles siguieron multiplicándose hasta la década de los sesenta²⁶⁶. Esta expansión industrial condujo a la eliminación de gran cantidad de talleres artesanales y al aumento de compañías con mayores rendimientos productivos²⁶⁷. Lo cual evidencia la transformación socioeconómica de aquel momento, las costureras, sastres y zapateros dejaron entonces poco a poco de ser protagonistas en la producción de vestuario y aunque no desaparecieron por completo, muchos desistieron pues la competencia cada vez era más de parte de las compañías textiles nacionales y las prendas de vestir importadas. No obstante, la fabricación doméstica de ropa continuó constituyendo

²⁶⁴ Raúl Hess y et al, *La economía costarricense a mediados del siglo XX*, 73-74.

²⁶⁵ Con la excepción del año 1964 porque se incluyó la categoría de calzado dentro de la categoría de vestimenta, mientras en los demás censos se encuentran separadas.

²⁶⁶ Jorge León, Nelson Arroyo y Andrea Montero, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. La industria en Costa Rica en el siglo XX.*, 2016, p32.

²⁶⁷ Leonardo Garnier y Fernando Herrero, *El desarrollo de la Industria en Costa Rica*, 67-68.

en esa época una estrategia de subsistencia para las familias con limitada capacidad de compra²⁶⁸.

Según el mencionado estudio del Instituto en Investigaciones en Ciencias Económicas, en 1957 el 40% de las fábricas del país corresponden a esta rama, cuya producción pasa directamente a la demanda final. La producción de esta rama pasa de 28 millones en 1946 a 54 millones en 1957. En general durante este periodo las mayores fábricas de prendas de vestir renovaron maquinaria con los últimos adelantos tecnológicos e introdujeron técnicas de producción en serie para elevar la productividad. Estas fábricas a pesar de haber tenido una importante protección arancelaria experimentaron dificultades en su desarrollo debido al exceso de capacidad y a la heterogeneidad de la demanda que implica la variedad de estilos que impide una producción en serie y eleva los costos²⁶⁹.

De las tres categorías de producción analizadas la de aparatos eléctricos es la de menor presencia, cuyos porcentajes estuvieron por debajo del 1% del total de la producción nacional (ver Cuadro 1.5). De acuerdo con el mencionado estudio²⁷⁰, esta rama que tuvo un lento desarrollo en el periodo 1946-1957, sin embargo, el conglomerado de industrias metálicas, mecánicas y eléctricas tuvo un importante crecimiento en ese periodo. Las fábricas de artículos eléctricos más importantes de esta época se caracterizaron por fabricar cocinas, rótulos luminosos y baterías para automóviles. El resto representaron empresas muy pequeñas que en este periodo apenas alcanzaron cerca de un 4% de la producción nacional.

²⁶⁸ Ibid., 105.

²⁶⁹ Hess y et al, *La economía costarricense a mediados del siglo XX*, 77-79

²⁷⁰ Ibid., 93-96.

Cuadro 1.6
Producción industrial en miles de colones y aumento de producción según rama
con respecto a 1952

Rama industrial (miles de colones)	1952	1958	1964	1975
Producción total	314 730,87	741 349,90	1 271 138,06	7 080 669,00
Productos alimenticios	227 196,71	441 870,10	681 485,87	2 266 166,00
Industria de bebidas no alcohólicas	33 462,55	66 016,60	94 112,94	429 289,00
Vestimenta manufacturada	10 786,39	43 420,60	84 614,23	190 381,00
Artefactos eléctricos	617,17	1 129,40	6 822,01	192 662,00
Aumento con respecto a 1952				
Producción total	100	2,36	4,04	22,50
Productos alimenticios	100	1,94	3,00	9,97
Industria de bebidas	100	1,97	2,81	12,83
Vestimenta manufacturada	100	4,03	7,84	17,65
Artefactos eléctricos	100	1,83	11,05	312,17

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, censos de industria y comercio: 1952, 1958, 1964 y 1975. Elaboración propia.

Con relación al crecimiento industrial de este periodo, de las ramas en estudio las que más aumentaron fue la producción de artefactos eléctricos y de vestimenta manufacturada, pues con respecto al año 1952, en 1975 estas ramas crecieron cerca de 312 veces y 17 veces respectivamente, sobrepasando el crecimiento de la producción total (Cuadro 1.6). A pesar de haber sido de reducida dimensión, sí hubo en esta época una industria con crecimientos importantes como el del caso de los artefactos eléctricos, que demostró que el proyecto industrializador del país fue más allá de la producción de alimentos y prendas de vestir. Entonces, aunque este periodo se caracterizó por la manufactura de productos “ligeros” hubo interés por la confección de bienes durables, lo cual usualmente es omitido en el papel de la industria nacional de esta época, quizás debido a su pequeña dimensión, sin embargo aquí se quiere recalcar que efectivamente existió en Costa Rica una industria más sofisticada en la segunda mitad del siglo XX para romper la visión de que en Costa Rica la industria del siglo XX se limitó a al sector alimentario y textil, que algunos autores han planteado al

aseverar que en esa época la industria no incursionó en la fabricación de bienes tales como: electrodomésticos o automóviles ²⁷¹.

No obstante, otros autores²⁷², sí rescatan el papel que tuvieron en esta época, ramas industriales vinculadas más con la industria pesada como la producción de productos químicos, minerales no metálicos, metálicos, mecánicos y eléctricos, y de material de transporte, y señalan la falta de articulación de estas con el resto de la industria como un fallo en el proceso de industrialización de la época. Es importante señalar que la diferencia entre industria liviana y pesada tiene que ver con la cantidad de capital involucrado durante el proceso de producción, así que tomando en cuenta esto la industria nacional de la época desarrollista fue una industria liviana pues, aunque se incursionó en ramas consideradas de industria pesada, dado su baja participación en la cadena de producción, esta era considerada liviana²⁷³. Por tanto, el plan industrializador de aquella época fue ambicioso y respondió a un contexto en donde se apostaba al desarrollo interno y al consumo de masas, que se convirtió en parte fundamental de la dinámica socio productiva.

Por otra parte, es importante señalar que, esta promoción industrial acarreo paralelamente un proceso de proletarización pues entre 1963 y 1973 la cantidad de trabajadores independientes bajó en un 1,8% y el número de trabajadores familiares no pagados decreció en un 50,3% lo que obligó a muchas de estas personas a ofrecer su fuerza de trabajo, mientras se incrementó el número de trabajadores remunerados que pasó a un 85% para aquella época²⁷⁴. Lo anterior implicó una transformación social y cultural porque muchos productores pasaron a ser proletarios y su forma de ganarse y vivir la vida cambió porque tuvieron que adecuarse al trabajo remunerado y a un nuevo estilo de vida.

²⁷¹ Luis Paulino Vargas, *Modelo Desarrollista y de industrialización sustitutiva*, 23.

²⁷² Leonardo Garnier y Fernando Herrero, *El desarrollo de la Industria en Costa Rica*, 58-60.

²⁷³ *Ibid.*, 61.

²⁷⁴ *Ibid.*, 92.

III. La importación bienes industriales en Costa Rica en el periodo 1953-1984

La importación al igual que la producción de este tipo de bienes reflejan en su comportamiento el aumento de su oferta y consumo, de ahí la importancia de tomar en cuenta ambos factores en esta investigación. Para describir la importación de esta clase de bienes esta sección inicia primero, con el comportamiento del total de importaciones en kilogramos realizadas por Costa Rica entre 1953-1984. Luego se analiza la constitución de dichas importaciones de acuerdo a países de origen: Italia, Bélgica, Canadá, Holanda, Alemania, Inglaterra, Estados Unidos y Japón, que según los Anuarios de Comercio fueron los principales proveedores para Costa Rica, en el periodo de estudio; y por último, se describen las importaciones de las siguientes categorías de bienes industriales: alimentos procesados, electrodomésticos y vestimenta manufacturada, cada una de ellas desagregadas en productos específicos.

4.1. La importación general de Costa Rica en el periodo 1953-1984

Según lo señalado por Hess et al ²⁷⁵, en la década de 1950 la capacidad para importar en Costa Rica posee una base frágil, cimentada en las exportaciones de productos agrícolas, sometidos algunos de ellos a fuertes fluctuaciones de precios. A pesar de lo anterior, después de 1952 gran parte de la demanda de bienes industriales se resuelve con las importaciones de este tipo de bienes, principalmente de consumo duradero. La participación de las importaciones de los productos de consumo duradero fue de 72%, mientras su importancia es menos importante con relación a los bienes de consumo no duradero, 33%. Este aumento las importaciones tiene que ver, según estos autores con que Costa Rica se hallaba en la etapa inicial de del Modelo de Sustitución de Importaciones ²⁷⁶.

Luego de la década de 1950 en Costa Rica la tendencia de importación fue ascendente, con un promedio de crecimiento anual del 5%²⁷⁷ hasta 1962 (Gráfico 1.2). A partir de 1950

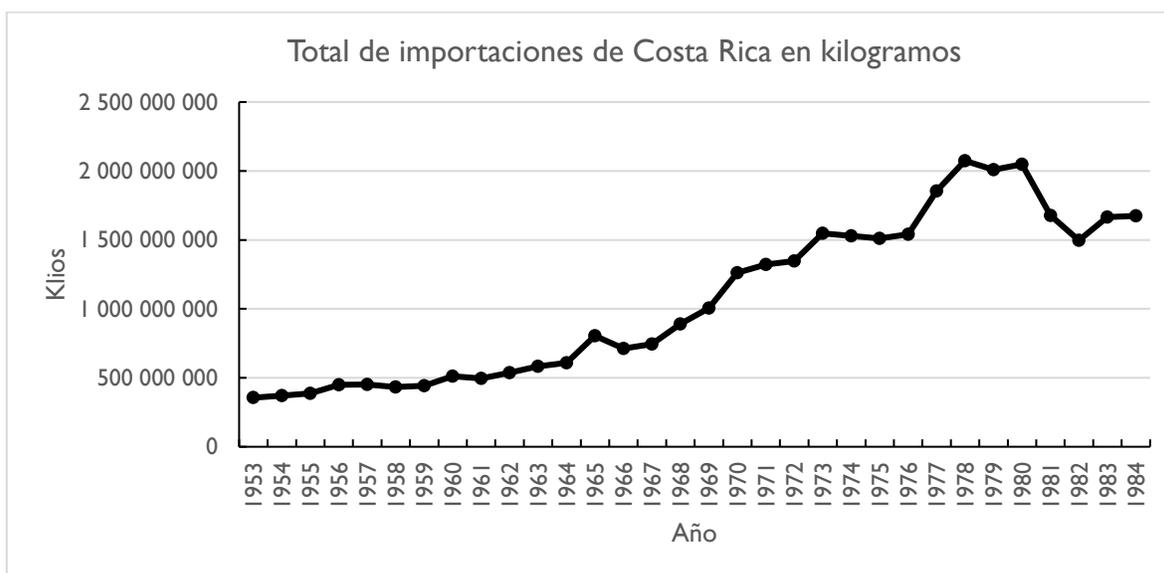
²⁷⁵ Raúl Hess y et al, *La economía costarricense a mediados del siglo XX*, 61.

²⁷⁶ *Ibid.*, 5.

²⁷⁷ Cálculo basado en cifras de importación contenidas en los Anuarios de Comercio Exterior de Costa Rica, al igual que los restantes promedios de crecimiento señalados en esta sección del capítulo.

las importaciones de materias primas y bienes de capital para la industria aumentaron al pasar del 14% del total importado en la década de 1930 a concentrar el 17% en 1950, y el 25% en la primera mitad de los años sesenta²⁷⁸. El momento de mayor crecimiento sucedió entre 1963- 1978 cuando el promedio del ritmo de crecimiento anual subió a 9% (ver Gráfico 1.2). Lo anterior tiene que ver con el auge de la industria, y con el ingreso del país al Mercado Común Centroamericano que fortaleció el intercambio comercial regional, principalmente de productos industriales. En el año 1967 ya figuraban dentro de los principales proveedores del país Guatemala y El Salvador, mientras Nicaragua aparece en 1970²⁷⁹.

Gráfico 1.2



Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC).
Elaboración propia.

No obstante, este crecimiento industrial de mitad del siglo XX y el paralelo aumento en las importaciones se dio a un alto costo de endeudamiento, que se volvió insostenible a inicios de los años ochenta cuando las importaciones se desplomaron por el decaimiento

²⁷⁸ Jorge León, Nelson Arroyo y Andrea Montero, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. La industria en Costa Rica en el siglo XX*, 115-116.

²⁷⁹ Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica de 1967 y 1970.

industrial producto de la desfavorable coyuntura económica interna y externa²⁸⁰. Dicha crisis fue percibida desde 1970 cuando la balanza comercial presentó el mayor saldo negativo de los últimos diez años (97,9 millones de dólares)²⁸¹. Las importaciones que contribuyeron en mayor medida a este desequilibrio fueron las pertenecientes a los siguientes rubros: materias primas, bienes de capital, bienes de consumo y los combustibles²⁸².

No obstante, la industria en esta época de dificultad sobrevivió y tomó fuerza por el desarrollo del sector servicios y la crisis externa de abastecimiento²⁸³. Pues esta última condujo a incentivar la inversión nacional en la producción de bienes de consumo para cubrir la demanda interna, los productos que más se produjeron fueron de industria ligera, lo que explica la reducción en su importación a finales de la década de 1950. Por ejemplo, entre 1957 y 1962 la importación de los embutidos se redujo en un 54%, la manteca en un 98%, la leche en polvo en un 99% y las galletas en un 56%²⁸⁴. Sin embargo, el ingreso de recursos exteriores resultado de la renegociación de la deuda a inicios de los años ochenta, reavivó las importaciones e hizo que la industria dependiente de materia prima y bienes de capital mejorara el ritmo de producción lo que además, permitió la continuidad de patrones de consumo ligados a productos importados²⁸⁵.

En resumen, el desarrollo industrial y la integración económica centroamericana incrementaron las importaciones, debido a la necesidad industrial de materias primas y el aumento de intercambios comerciales intrarregionales, básicamente de bienes industriales, que condujo a la inédita aparición de esta categoría dentro de los rubros de exportación de los países centroamericanos. Dicha promoción de productos industrializados es precisamente

²⁸⁰ Jorge León, Justo Aguilar, Manuela Chacón, Gertrud Peters, Antonio Jara, María Villalobos, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. Crecimiento y las políticas económicas*, 249.

²⁸¹ Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica de 1970.

²⁸² Jorge León, Justo Aguilar, Manuel Chacón, Gertrud Peters, Antonio Jara, María Villalobos, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. Crecimiento y las políticas económicas*, 248.

²⁸³ Leonardo Garnier y Fernando Herrero, *El desarrollo de la Industria en Costa Rica*, 64

²⁸⁴ *Ibid.*, 65.

²⁸⁵ Jorge León, Justo Aguilar, Manuela Chacón, Gertrud Peters, Antonio Jara, María Villalobos, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. Crecimiento y las políticas económicas*, 250.

lo que interesa destacar en esta investigación, pues en esta época fue cuando este tipo de bienes comenzaron a ser atractivos tanto para la producción industrial como para el consumo.

4.2. Los principales proveedores de importaciones en el periodo 1953-1984

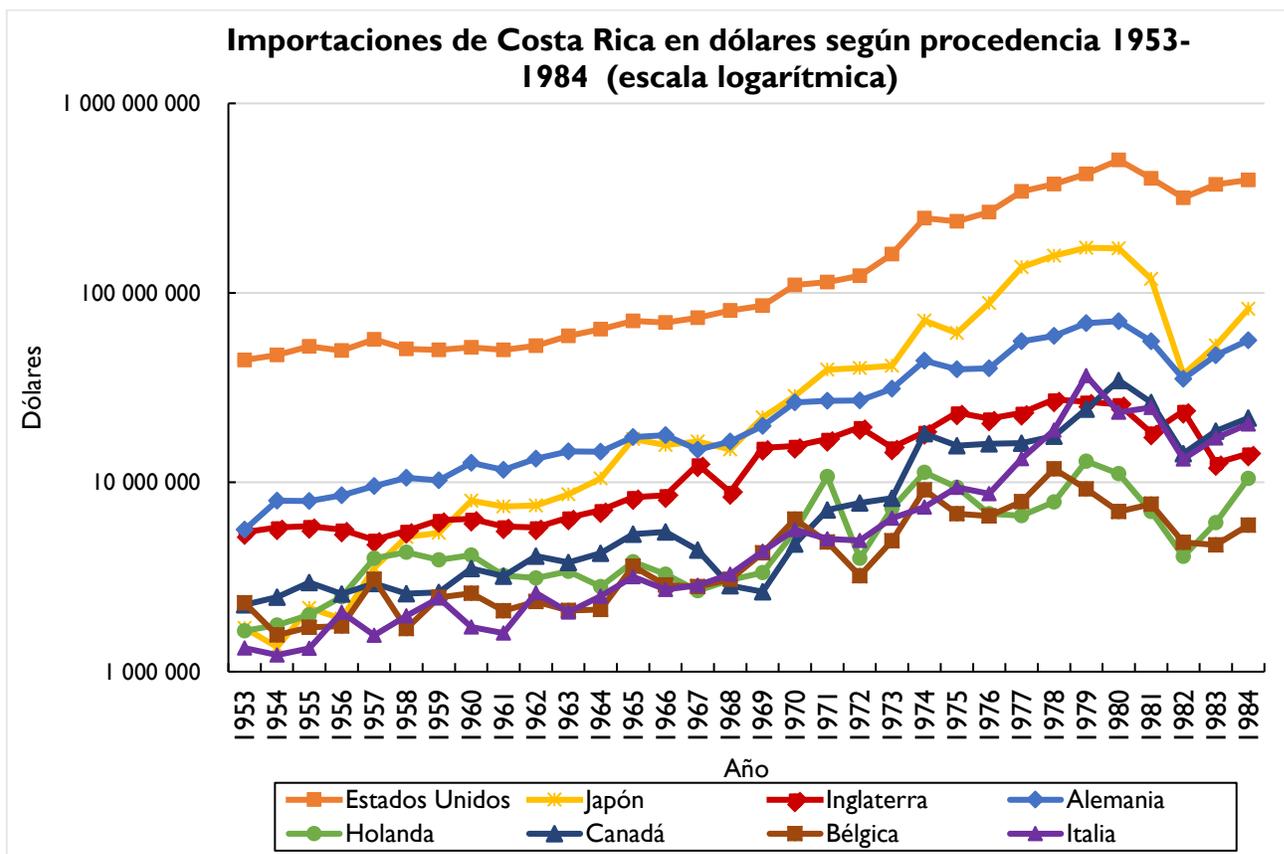
Desde el éxito cafetalero de mediados del siglo XIX Costa Rica entabla relaciones comerciales con economías mundiales²⁸⁶. Estos nexos se fortalecen y consolidan la dinámica comercial costarricense del siguiente siglo, tal y como se refleja en la composición de los proveedores más importante para el país en el periodo de estudio. Para esta época que, abarca prácticamente toda la segunda mitad del siglo XX, el país que lidera las importaciones de Costa Rica es Estados Unidos, (ver Gráfico 1.3). Por lo que era el principal proveedor de aquella época. Lo cual tuvo relación con el surgimiento de un nuevo orden internacional constituido alrededor de la “Pax Americana” originada durante la Guerra Fría, y que posibilitó un veloz desarrollo comercial internacional y acabo con el aislamiento de Estados Unidos²⁸⁷.

A inicios de la década de los cincuenta, la influencia económica de este país no solo cambia la estructura de las importaciones costarricenses sino también, la cultura con la fuerte introducción de productos estadounidenses que pronto desplazan la primacía de los europeos. Esta transformación, trae una nueva visión sobre los Estados Unidos en nuestro país el cual comenzó a percibirse como la economía industrialmente fuerte más próxima, del cual podía abastecerse de un sinnúmero de productos fabriles como los que aquí se analizan (alimentos procesados, vestimenta manufacturada y los electrodomésticos), todos muy atractivos para la sociedad costarricense cada vez más influida por la cultura moderna estadounidense, conocida como *the american way of life*.

²⁸⁶ Jorge León Sáenz, *Evolución del comercio exterior y del transporte marítimo de Costa Rica 1821-1900* (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2003).

²⁸⁷ Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, 86.

Gráfico 1.3



Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC).
Elaboración propia.

La segunda economía más relevante en las importaciones costarricenses de este periodo corresponde a Japón. A pesar de la distancia geográfica, esta nación logra un papel comercial importante en el país (ver Gráfico 1.3). Los contactos comerciales entre Japón y América Latina fueron previos a la Primera Guerra Mundial, cuando esta economía empieza a ocupar el espacio dejado por Europa como proveedor de la costa occidental de la región latinoamericana²⁸⁸. Mientras las naciones europeas a pesar de haber recibido el impacto

²⁸⁸ Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión*, 104.

directo de la Segunda Guerra Mundial logran mantener sus economías y eso se demuestra en su papel dentro de las importaciones de Costa Rica.

Después de Estados Unidos y Japón, los países europeos son lo que en esta época tienen un importante rol como proveedores (ver Gráfico 1.3). Su participación no desaparece por completo, pues aún bajo circunstancias poco favorables estas economías logran mantenerse en el comercio internacional, en el caso de Costa Rica las importaciones procedentes de estos países incluso experimentan en este periodo un crecimiento exponencial, salvo en el año 1982 (ver Gráfico 1.3).

Alemania destaca por ser la nación europea que más abastece al mercado costarricense con bienes en esta época. La importancia económica a nivel mundial tanto de Estados Unidos como de Alemania en el siglo XX se explica por los esfuerzos de ambas naciones en el campo de la investigación científica que condujo a notables avances tecnológicos en pro de una mayor competitividad comercial, por ejemplo, en 1914 la exportación de bienes manufacturados por parte de Estados Unidos ascendía a más de un 40% y la de Alemania rondaba alrededor del 35% con lo cual superaban al resto de países industriales²⁸⁹. Esto demuestra que, no es casual que estos dos países se encuentren dentro de los principales proveedores para Costa Rica en la época de la segunda mitad del siglo XX.

Por otro lado, Inglaterra presentó una participación menor que la de Alemania en las importaciones de Costa Rica de este periodo, sin embargo, su peso es importante hasta inicios de los años setenta (ver Gráfico 1.3). Está claro que la primacía mundial de Inglaterra fue desplazada por los Estados Unidos. Pues prácticamente hasta 1913 el comercio y los mercados de capital estuvieron en manos de esta nación que, como pionera en el comercio de bienes industriales, estaba condenada a disminuir su papel en el mercado mundial una vez que otros países llegaran a industrializarse, tal y como sucedió con Estados Unidos que dado las condiciones de la Primera Guerra Mundial pasó a ser la primera economía del mundo²⁹⁰. Mientras, Bélgica es el país europeo de los aquí analizados del que menos se importó, sin

²⁸⁹ James Foreman-Peck, *Historia económica mundial*. (United Kingdom: Prentice Hall International, 1995), 254.

²⁹⁰ Rosemary Thorp, Rosemary Thorp, *Progreso, Pobreza y Exclusión*, 104-106.

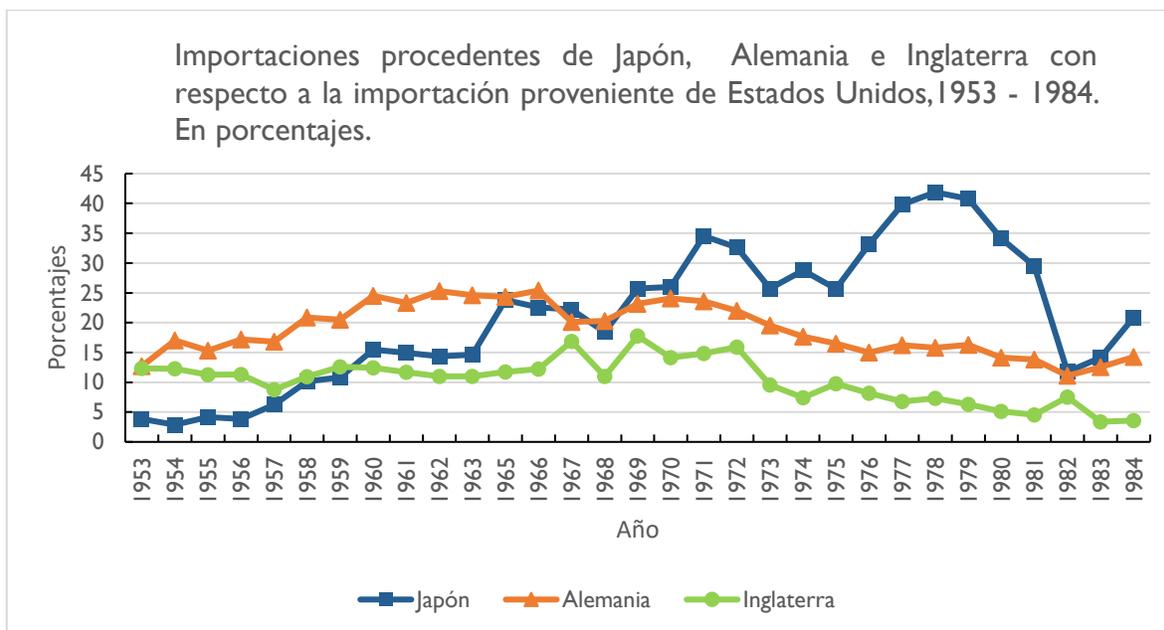
embargo, en comparación con el resto de naciones pertenecientes a América Latina o Asia, tuvo una participación significativa.

La importancia de analizar los países industriales que proveen a Costa Rica durante el periodo de estudio se basa en respaldar con evidencia empírica el hecho de la preeminencia de los Estados Unidos en materia comercial, así como su influencia cultural en el país a partir de la segunda mitad del siglo XX.

El hecho de que Costa Rica tuviera la capacidad de importar bienes industriales era un indicador (aunque no por sí solo) del crecimiento económico de la época. En Costa Rica, así como en toda América Latina este periodo de industrialización fue sinónimo de crecimiento económico, aumento demográfico y mejora social lo que en conjunto contribuyó al aumento en la demanda de importaciones. En este sentido, la creciente dinámica comercial de cada país proveedor tuvo que ver también con la demanda y no únicamente con la oferta ofrecida por estos. En Costa Rica se creó en esa época una gran demanda de maquinaria, materia prima, así como de bienes de consumo que requería ser suplida, por ende, los países industriales pudieron haber tenido una gran producción, pero sin demanda interna no hubiesen colocado sus productos en mercados exteriores como el costarricense.

Con el fin de profundizar el análisis se tomó como referencia el volumen de importación procedente de los Estados Unidos para comparar el peso de los restantes proveedores más importantes: Japón, Alemania e Inglaterra para Costa Rica en este periodo de estudio. El gráfico 1.4 muestra los comportamientos de los porcentajes correspondientes a los volúmenes de importación de estos países con respecto al del volumen importado proveniente de los Estados Unidos.

Gráfico 1.4



Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC).
Elaboración propia.

En el caso de Japón en 1953 representaba el 4% de la importación total procedente de los Estados Unidos hacia Costa Rica, mientras Alemania concentraba el 13% de ese mismo volumen importado, e Inglaterra representaba el 12% de la importación de bienes estadounidenses (ver Gráfico 1.4). Es decir, para mitad del siglo XX después de Estados Unidos los principales proveedores para Costa Rica eran Alemania e Inglaterra.

Esta composición se mantuvo hasta inicios de la década de 1960 cuando Japón aumentó la proporción del volumen exportado hacia Costa Rica con respecto a Estados Unidos. En 1963 pasó a representar el 15% del volumen de importado desde Estados Unidos, adelantándosele inclusive a Inglaterra que para ese año concentró el 11% de la totalidad de la importación de origen estadounidense (ver Gráfico 1.4). Hay que tomar en cuenta que Inglaterra se vio impactada por la II Guerra Mundial, sin embargo, a pesar de ello conservó su posición dentro de los principales vendedores para Costa Rica. Por su parte Alemania tuvo una proporción importante del volumen importado por Estados Unidos hasta 1966 cuando comienza a declinar su papel en las importaciones del país (ver Gráfico 1.4).

En la segunda mitad del siglo Japón experimenta un importante auge industrial ocasionado por el nuevo orden económico que permitió aumentar el comercio y las rentas de todos los países, sin embargo, no todos supieron tomar la oportunidad como si lo hizo Japón que, aunque antes del siglo XX carecía de un comercio internacional dinámico aprovecha esta apertura comercial derivada del desarrollo tecnológico del siglo XX y logra dar un gran salto a nivel industrial²⁹¹. Para lograr lo anterior ciertos países asiáticos como Japón fijaron como la herramienta fundamental en torno a la política industrial el rol activo del Estado a la hora de determinar los sectores de mayor importancia en los que se debía agilizar el aprendizaje tecnológico, y ejercieron una protección arancelaria flexible sobre las importaciones²⁹².

Lo anterior explica el aumento de su participación comercial en Costa Rica a partir de los años sesenta, incluso a fines de esta década las importaciones provenientes de este país llegan a superar las procedentes de Alemania. En los años setenta su aportación en la importación nacional sube aún más, en 1978 por ejemplo alcanza el 42% del total importado por Estados Unidos, es decir, cerca de la mitad de lo traído del principal proveedor.

En el caso de Inglaterra fue el país que menos porcentaje de importación representó del volumen de Estados Unidos, y a partir de los años setentas, comienza a decaer la proporción de su volumen, en 1974 por ejemplo Inglaterra representa el 7% del volumen importado por Costa Rica desde Estados Unidos y para 1984 apenas obtuvo el 4% (ver Gráfico 1.4).

En resumen, mientras Japón experimentaba crecimiento, la participación comercial de Inglaterra decrecía en Costa Rica. Con Alemania sucede una situación similar a la de Inglaterra a finales de los años sesenta empieza a decaer su importancia y es reemplazada por Japón (ver gráfico 3). Por ejemplo, para 1971 Japón pasa a representar el 35% de las importaciones provenientes de Estados Unidos mientras Alemania tuvo el 24% (ver Gráfico 1.4). No obstante, ese decrecimiento no es tan marcado como el de Inglaterra. Finalmente debe decirse que, si bien estos países fueron los principales abastecedores para el país, no

²⁹¹ James Foreman-Peck, *Historia económica mundial*, 376.

²⁹² Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, 99.

fueron los únicos, Costa Rica se aprovisionaba en esa época de muchos otros países, lo cual evidencia la gran apertura comercial de la segunda mitad de siglo XX, que hace constar en la fuente estadístico-comercial.

4.3. La importación de bienes industriales de consumo doméstico entre 1953-1984

Este apartado tiene el propósito de describir los cambios en la importación de bienes industriales en función del contexto económico de mitad de siglo XX. Para lograr esto, se analizan las cantidades importadas de tres amplias categorías: alimentos procesados, electrodomésticos y vestimenta manufacturada. Cada una de estas se subdivide en rubros específicos los alimentos procesados incluyen: carne y preparados de la carne; leche, leche evaporada, condensada y desecada o en polvo; fruta en conserva; chocolate y bebidas no alcohólicas. Los electrodomésticos se subdividen en: aparatos de radio, telegrafía, televisión y radar; cocina, hornos y calentadores; máquinas para lavar, secar o planchar ropa; batidoras aspiradoras y enceradoras; máquinas para cortar o afeitar cabello y herramientas eléctricas portátiles. Mientras la categoría de vestimenta se separa en: accesorios de vestuario; ropa interior, ropa exterior; calzado textil; de caucho y de cuero.

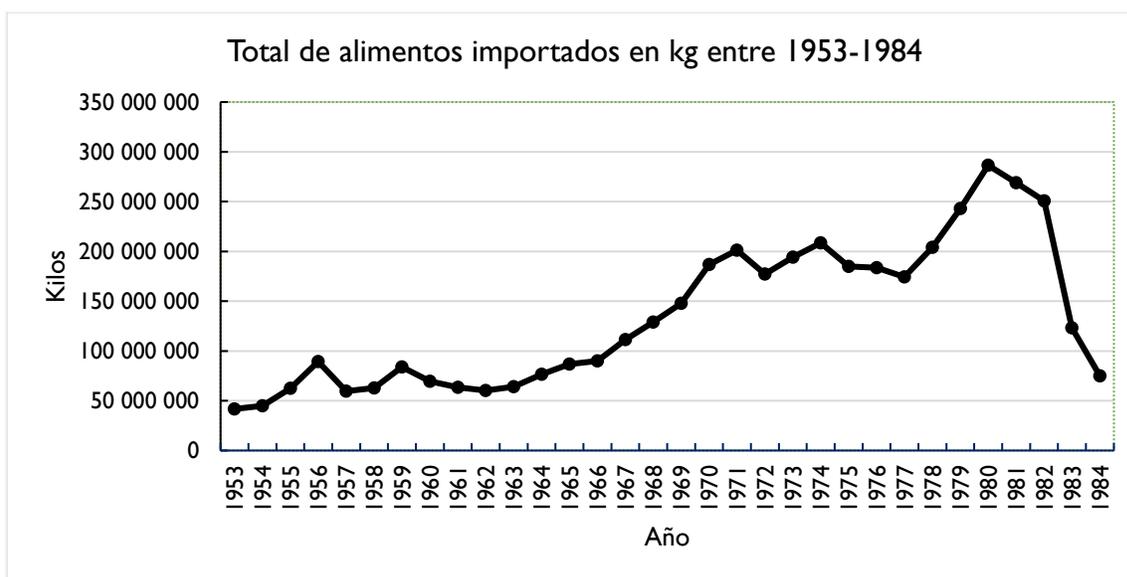
Además el estudio de estas importaciones en particular es significativo porque comprueba lo que se ha señalado en otras investigaciones sobre esta misma época, en lo que respecta el auge económico experimentado por Costa Rica en la segunda mitad del siglo XX en donde, de acuerdo con León: “ la demanda externa de productos agrícolas y la demanda doméstica de productos industriales, fueron junto con la inversión y gasto del Estado y la inversión extranjera, importantes motores del crecimiento económico de Costa Rica²⁹³” . Por tanto, el abordaje de las importaciones es vital para demostrar el crecimiento económico que hizo posible elevar la demanda de productos de tipo industrial en esta época.

293 Jorge León, Justo Aguilar, Manuela Chacón, Gertrud Peters, Antonio Jara, María Villalobos, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. Crecimiento y las políticas económicas*, 45.

4.4. La importación de alimentos procesados entre 1953-1984

La cantidad total de alimentos importados se caracterizó hasta la década de 1970 por tener una tendencia al alza con pocas fluctuaciones. De 1953 a 1960 hubo dos picos de aumento en la cantidad de importación uno en 1956 y otro en 1959 (Gráfico 1.5).

Gráfico 1.5



Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC).
Elaboración propia.

En 1956 la importación total del país experimentó un aumento del 4,30%, debido al crecimiento específicamente de la traída de: productos alimenticios y combustibles, lubricantes minerales y productos conexos. Mientras, en 1959 el total importado advirtió un ascenso de 3,4% en comparación con el año anterior, que obedeció al aumento de 3,5 millones de dólares en la importación de alimentos y de 1,3 millones de dólares destinados a compra de maquinaria y material de transporte²⁹⁴. Lo anterior confirma los aumentos antes señalados en la importación total de alimentos.

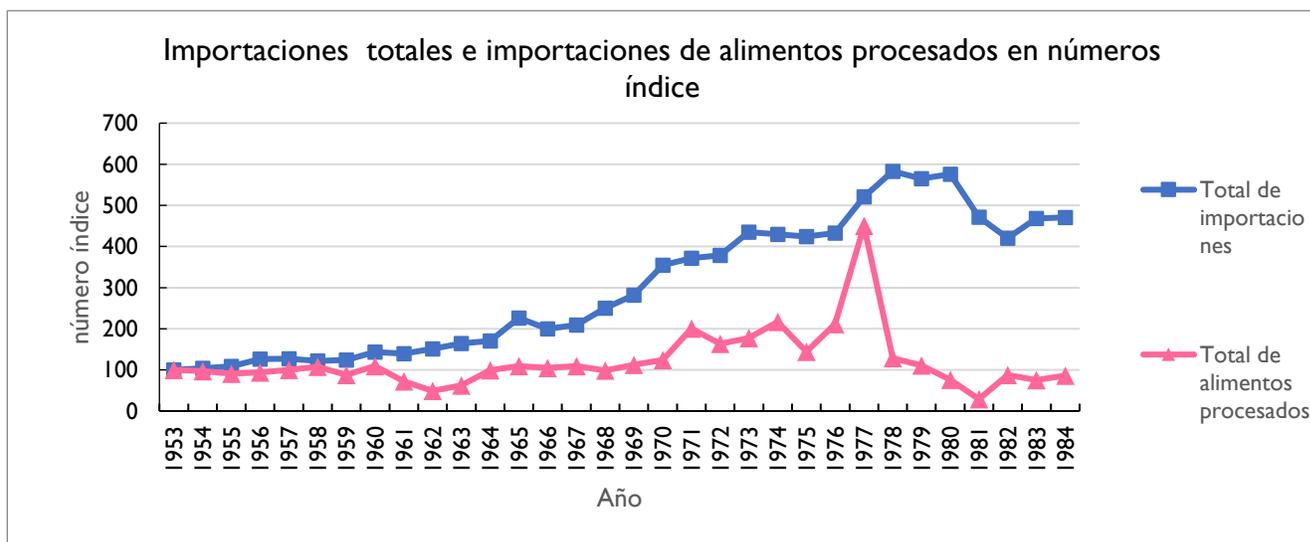
Es evidente la importancia que comenzaron a tener los comestibles en los volúmenes totales de importación a partir de la segunda mitad del siglo XX. Dicho crecimiento fue

²⁹⁴ Anuarios de Comercio Exterior de Costa Rica, 1956 y 1959.

consecuencia del nuevo paradigma de desarrollo que amplió especialmente la oferta de esta clase de bienes, que pronto modificaron los hábitos de consumo de la sociedad. Es importante mencionar que el volumen de importación alimentaria se vio afectado a partir de los años ochenta cuando caen de forma generalizada todas las importaciones debido al contexto de crisis económica (ver Gráfico 1.5).

En cuanto al ritmo de crecimiento de los alimentos procesados aquí analizados este se caracteriza por tener un comportamiento similar al del total de importaciones en la década de 1950 (ver Gráfico 1.6). No obstante, el resto del periodo las importaciones de esta clase de alimentos mantienen un nivel de crecimiento por debajo del presentado por el total de importaciones. Esto sugiere que estas importaciones no están aumentando de manera tan relevante, en parte de debido a que, a pesar de ser alimentos, estos no eran indispensables para la sobrevivencia, por ejemplo, se podía prescindir de leche condensada, leche en polvo, carnes procesadas, frutas en conserva entre otros. Hacia 1980 el crecimiento de las importaciones de alimentos procesados baja mucho más que el resto del periodo, porque como ya se mencionó estos alimentos no eran de consumo básico y menos en tiempos de crisis.

Gráfico 1.6

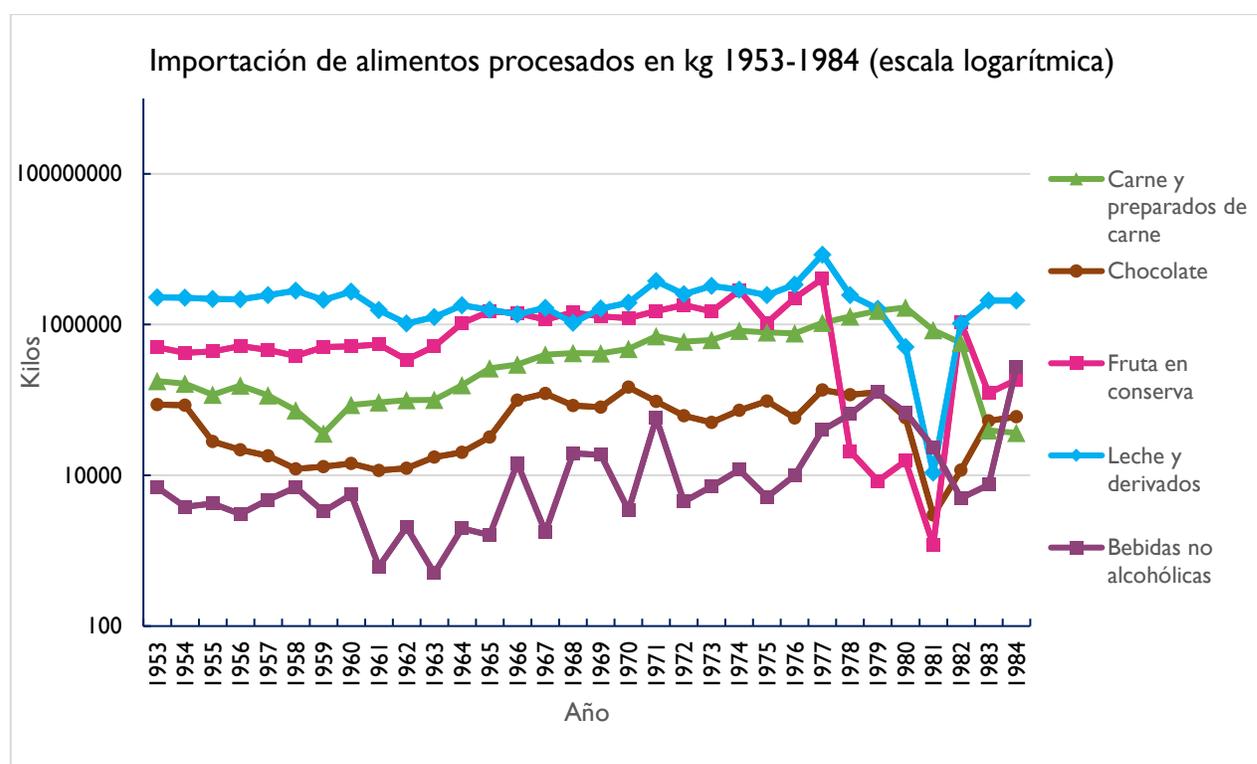


Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC).
Elaboración propia.

Antes de profundizar en cada una de las categorías de alimentos procesados incluidas en este estudio, debe decirse que, de la cantidad total de alimentos importados, los alimentos

procesados representaron en promedio un 3% de las importaciones de alimentos durante el periodo de estudio. El resto de las importaciones de alimentos estaba compuesto por: animales vivos para alimentación, animales frescos congelados, manteca, cereales, leguminosas, frutas, frescas, especias entre otros²⁹⁵. A pesar de representar una pequeña porción de las importaciones de alimentos, lo que destaca es el importante crecimiento de que tiene las distintas categorías de alimentos procesados en este periodo, como se ve en el gráfico a continuación que muestra las distintas dinámicas de los volúmenes importados de dichas subramas de alimentos en el periodo 1953-1984.

Gráfico 1.7



Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC). Elaboración propia.

Carne envasada. El comportamiento de la cantidad importada de carne envasada y otros preparados en la década de 1950 fue descendente (ver Gráfico 1.7). Mientras en los años sesenta esta importación aumenta a un ritmo anual de 26,64%, lo que responde a un aumento

295 Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística (INEC) 1953-1984.

en la demanda de su consumo en el país. Para la década de 1970 el promedio de crecimiento anual de importación de carne procesada fue de aproximadamente del 20%, en comparación con la década anterior se dio una disminución; sin embargo, mantuvo un comportamiento creciente hasta 1980 cuando caen producto de la ya mencionada crisis económica (ver Gráfico 1.7). En términos generales lo importante de destacar es que la importación de carne envasada creció cerca de 10 veces entre el inicio y el final del periodo de estudio (ver Gráfico 1.7).

Leche condensada evaporada, desecada y crema. En los años cincuenta el crecimiento anual de la importación de estas presentaciones industriales de la leche fue negativo. A inicios de los años sesenta se muestra una disminución las cantidades importadas que se mantuvieron bajas hasta mitad de la década (ver Gráfico 1.7). Lo cual se relaciona con el empuje industrial interno, ya que desde 1962 Costa Rica producía cerca del 60% de la oferta de los bienes industriales para satisfacer la demanda nacional²⁹⁶. A pesar de lo anterior, en la década 1970 los volúmenes importados de estos productos experimentan un promedio anual de crecimiento de aproximadamente 17,37%. Lo que se tradujo que en esta época en una ampliación de la oferta productos lácteos industrializados en el país.

Cabe destacar que, el crecimiento de la industria alimentaria fue el más significativo para Costa Rica en aquella época porque, además de ocuparse del procesamiento de bienes agrícolas, esta produjo bienes que requerían una elaboración más sofisticada tales como: la leche, pan, pastas, dulces y conservas, atún enlatado y embutidos de carne; la relevancia que adquirió este campo industrial fue tal que en 1964 acaparó aproximadamente el 50% del valor agregado al PIB, un tercio de los campos industriales y el 37% de los trabajadores del sector²⁹⁷. No obstante, a pesar de este impulso industrial en el campo alimentario, en el país continuó la importación alimentos procesados que se convirtieron en productos inevitables en la oferta nacional alimentaria.

Desde los años cincuenta se promocionaban en el país tanto marcas extranjeras de leche en polvo (Figuras 1.1 y 1.2) como lácteos de manufactura nacional (Figura 1.3). Los

296 Leonardo Garnier y Fernando Herrero, *El desarrollo de la Industria en Costa Rica*, 57.

297 Jorge León, Nelson Arroyo y Andrea Montero, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. La industria en Costa Rica en el siglo XX*, 128-129.

consumidores de la época de acuerdo a sus capacidades económicas y gustos elegían la clase de lácteos que podían adquirir. Terminada la década de 1970 la cantidad importada de lácteos procesados disminuye debido a la época de crisis (ver Gráfico 1.7). Lo importante de destacar acá es que, entre final del periodo, específicamente hacia el año 1977, y en los años cincuenta esta categoría de importación incrementó su volumen aproximadamente 5 veces (ver Gráfico 1.7).

Figura 1.1



Fuente: *La Nación*, 4 de junio 1955, p. 18.

Figura 1.2



Fuente: *La Nación*, 7 de junio 1955, p.23.

Figura 1.3

Cuide la salud de su familia!
Vea que en su casa
tomen únicamente
LECHE PASTEURIZADA

Dos Pinos

La leche fresca es sometida a un proceso especial que garantiza la total destrucción de los gérmenes perjudiciales a la salud del niño. Sin alterar significativamente, ni las altas propiedades alimenticias del producto ni su exquisito sabor.

Un alimento sano, nutritivo y económico!

Disfrute también de la delicia y de la pureza de la
NATILLA
y de la exquisita e insustituible
MANTEQUILLA

Dos Pinos
PASTEURIZADAS

MANTEQUILLA
Dos Pinos
DE CALIDAD SUPERIOR
ELABORADA POR LA
Cooperativa de Productores de Leche R.L.
Teléfono 5003 6113 - 3787 Apartado 605

Recuerde: no hay sustituto para el sano bienestar que le brinda el único producto 100% reproducible con el pin.

Cooperativa de Productores de Leche, R. L.
TELEFONOS: 5003 - 6113 - 3787 APARTADO: 605

Fuente: *La Nación* ,4 de junio 1955, p.27.

Fruta en conserva y preparados de fruta. Los ritmos de crecimiento variaron de acuerdo al tipo de alimento, en el caso de la importación de fruta en conserva y preparados de fruta en la década de 1950 tuvo un promedio de crecimiento anual negativo, situación que cambió para las décadas de 1960 y 1970 cuando el promedio de crecimiento anual alcanzó el 28%.

Lo cual vino a aumentar la oferta derivada de la producción nacional de conservas de fruta²⁹⁸. Dicho auge importador al igual que el de las demás categorías analizadas cayó desde fines de la década de 1970 hasta los años ochenta como resultado de las desfavorables condiciones económicas de ese tiempo (ver Gráfico 1.7). No obstante, se debe recalcar que entre 1953 y 1957 la cantidad de fruta en conserva importada subió 7 veces aproximadamente (ver Gráfico 1.7).

Chocolate. El volumen importado de chocolate y preparados de chocolate entre la década de 1950 y la de 1970 aumentó cerca de 5 veces (ver Gráfico 1.7). En los decenios de 1960 y 1970 el promedio de aumento anual alcanza el 29, 12%, lo que reflejó el auge económico y la importancia comercial que tiene este producto en esta la época. En los años ochenta la importación de chocolate bajó al igual que el resto de alimentos procesados. Cabe destacar que esta categoría junto con la de frutas en conserva y la de los lácteos procesados al ser considerados productos “postre” fueron las que experimentaron caídas más fuertes en esa época (ver Gráfico 1.7).

Bebidas no alcohólicas. El volumen importado de este tipo de bebidas creció aproximadamente 10 veces entre el inicio y el final del periodo (ver Gráfico 1.7). Con un promedio de crecimiento anual cercano al 170%. A mitad de los años sesenta esta categoría fue la más fluctuante no obstante en la década siguiente se dio un aumento importante en su importación. De las importaciones de alimentos analizadas la de bebidas no alcohólicas fue la que experimentó el mayor promedio de crecimiento anual de importación en el periodo de estudio. Lo que comprueba la importante oferta de refrescos y gaseosas que había en esta época para satisfacer a las nuevas preferencias de consumo de la población.

En resumen, todas las importaciones de estos alimentos procesados crecieron de forma importante en este periodo de estudio. Lo que demostró en el país una renovación en de la oferta de este tipo de bienes alimenticios durante la segunda mitad del siglo XX. Lo que constituyó una transformación económica y comercial que por un lado trajo innovación y éxito y por otro, condujo al detrimento de la producción nacional de índole artesanal, la desaparición de pequeñas empresas de alimentos, y de personajes como, por ejemplo, el

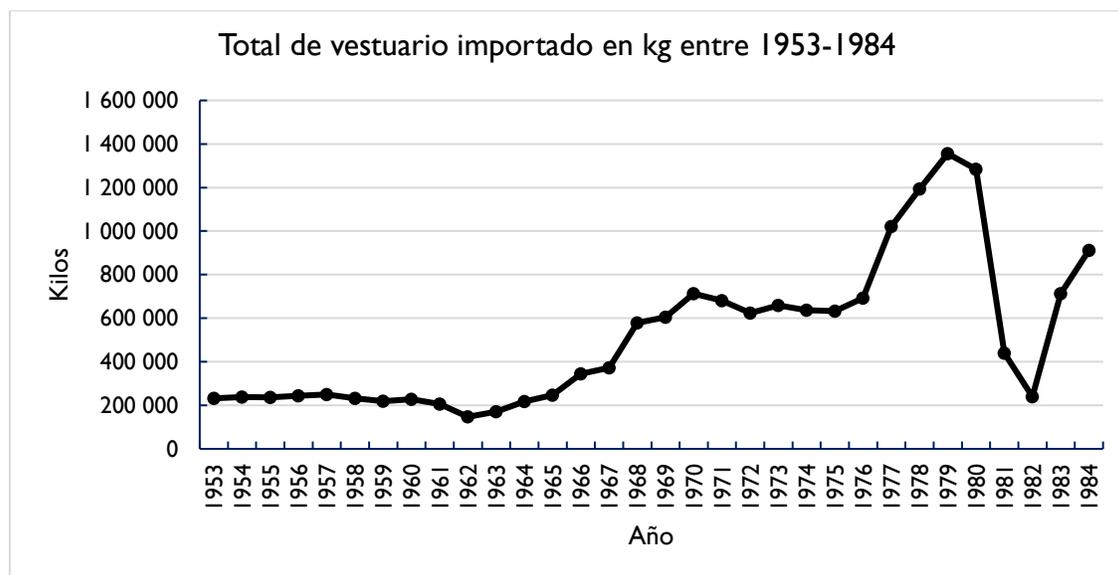
298 Jorge León, Nelson Arroyo y Andrea Montero. *Historia Económica de Costa Rica*, 128-129.

lechero²⁹⁹. Por último, cabe destacar que, la manufactura nacional de alimentos también colaboró en la expansión del consumo de este tipo de productos como se vio en apartados anteriores.

4.5. La importación de vestuario manufacturado entre 1953-1954

En la década de 1950 la importación total de vestuario mantuvo bajas cantidades con un promedio de crecimiento anual negativo (ver Gráfico 1.8). En los años sesenta el volumen de importación de vestuario comienza a incrementar, lo cual se ve reflejado también en el aumento del promedio de crecimiento anual que alcanzó el 60%. En la década de 1970 se da un despunte aun mayor especialmente en los últimos años como se observa en el Gráfico 1.8. Lo cual se puede interpretar como el resultado de una mayor oferta de este tipo de prendas en el país. Este auge se desvanece después del año de 1980 debido al contexto de crisis financiera, sin embargo, ya a partir de 1983 se mostraban signos de recuperación en estas importaciones (ver Gráfico 1.8).

Gráfico 1.8



Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC).
Elaboración propia.

299 Iván Molina, *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, 2002), 96.

El ritmo crecimiento de las importaciones de prendas de vestir manufacturadas y el de las importaciones totales, entre 1953 y 1959 fue prácticamente el mismo (ver Gráfico 9). En los primeros cinco años de la década de 1960 estas tuvieron un ritmo de crecimiento inferior al del total de importaciones, sin embargo, esto cambia en los años siguientes hasta 1971 cuando el ritmo de crecimiento de las importaciones de vestuario manufacturado desciende con respecto a las importaciones totales, es hasta finales de los años setenta que el ritmo de crecimiento incrementa (ver Gráfico 1.9). A inicios de la década de 1980, es decir durante la crisis, es que el ritmo de crecimiento de la importación de esta clase de prendas disminuye de forma importante con relación al total de importaciones (ver Gráfico 1.9).

Gráfico 1.9

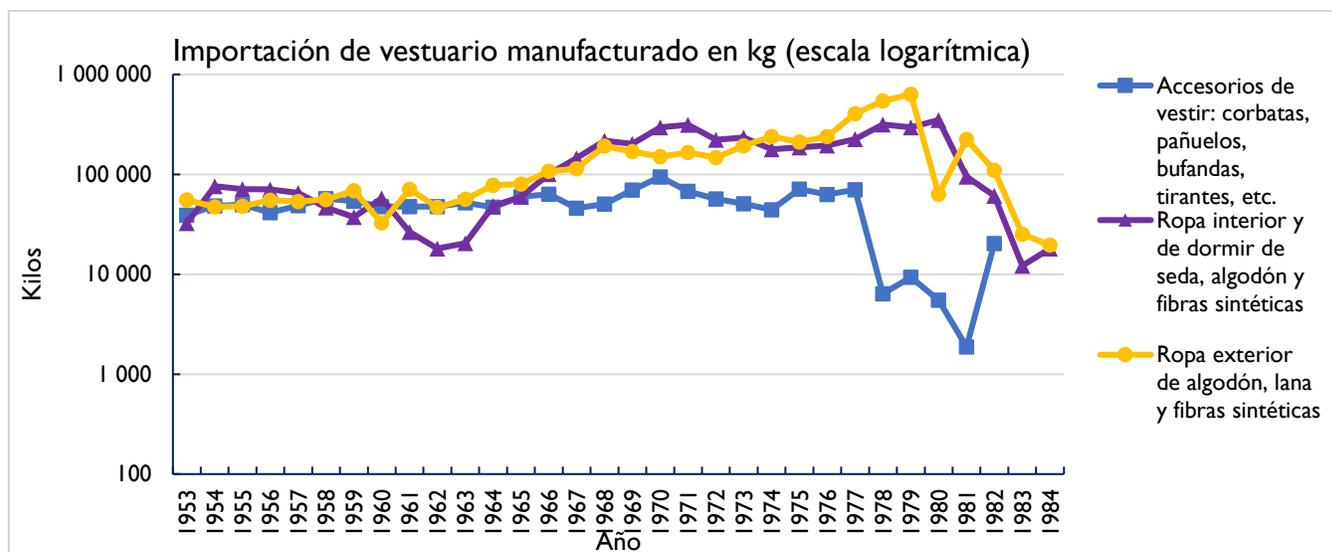


Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC).
Elaboración propia.

Con relación al peso de la importación de vestuario manufactura dentro de la importación de vestimenta en general, debe decirse que, las prendas hechas con telas sintéticas representaron en promedio el 67%, durante el periodo de estudio. De acuerdo con los Anuarios de Comercio consultados el resto prendas importadas fueron prendas elaboradas a base de algodón, seda, lino, pieles y pelos finos de animales. Lo anterior indica una transformación en los patrones de consumo que se reflejó en el cambio de la composición de estas importaciones, al ganar terreno las prendas industrializadas hechas a base de fibras sintéticas.

A continuación, en el Gráfico 1.10 se describen los comportamientos de importación en kilos de las subcategorías de vestuario manufacturado durante el periodo 1953-1984.

Gráfico 1.10



Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC). Elaboración propia.

Accesorios de vestir. La importación de esta categoría, que incluye pañuelos, corbatas, chales, chalinas, cuellos, tirantes y corsés, aumenta su volumen de importación cerca de 4 veces entre a década de 1950 y 1970 con un promedio de crecimiento anual de 3,03%. A partir 1978 el volumen importado de estos accesorios cae por el desfavorable ambiente comercial producido por la crisis económica (ver Gráfico 1.10). Por último, se debe señalar que esta categoría de accesorios de vestir es la que presenta menor cantidad de kilos importados de las tres categorías analizadas en todo el periodo de estudio. No obstante, lo importante de resaltar es que en el periodo de estudio triplicó el volumen importado.

Ropa interior. La importación de esta clase de ropa, que incluye tanto prendas para hombre como para mujer, incrementa el volumen importado cerca de 10 veces entre el inicio y el final del periodo en estudio (Gráfico 10). Con un promedio de crecimiento anual de 24% entre 1960 y 1970. En esta época, aunque crece la oferta este tipo de prendas de vestir, algunas continuaron siendo consideradas piezas exclusivas como se muestra en la Figura 1.4 donde se describe el brassier *maidenform* importado de Estados Unidos como una exclusividad hallada sólo en ciertas tiendas. Al pasar el mencionado periodo de crecimiento el volumen importado de ropa interior disminuye y se mantiene sin fluctuaciones importantes

el resto de la década de 1970, hasta descender de manera importante a inicios de los años ochenta como resultado de la época de crisis (ver Gráfico 1.10).

Figura 1.4



Fuente: *La Nación*, 3 de mayo 1955, p.18.

Ropa exterior. La importación de la ropa exterior de hombre y de mujer, crece cerca de 10 veces entre 1953 y 1980 (Gráfico 1.10). Lo que comprueba que en esta época este tipo de vestimenta importada experimenta una importante ampliación de su oferta en el país. En la Figura 1.5 se observa un anuncio publicitario sobre la venta de vestidos importados que refleja dicho aumento en la oferta de este tipo de prendas. Después de 1962 específicamente la importación de ropa exterior comienza a tomar fuerza, con un promedio de crecimiento anual de 18,08%. Este comportamiento ascendente se acentúa en la segunda mitad de la década de 1970 cuando incluso sobrepasa la importación de la categoría de ropa interior y

finalmente cae hacia 1980 como resultado de la aguda crisis económica de esa época (ver Gráfico 1.10).

Figura 1.5



Fuente: *La Nación*, 3 de mayo 1955, p. 18.

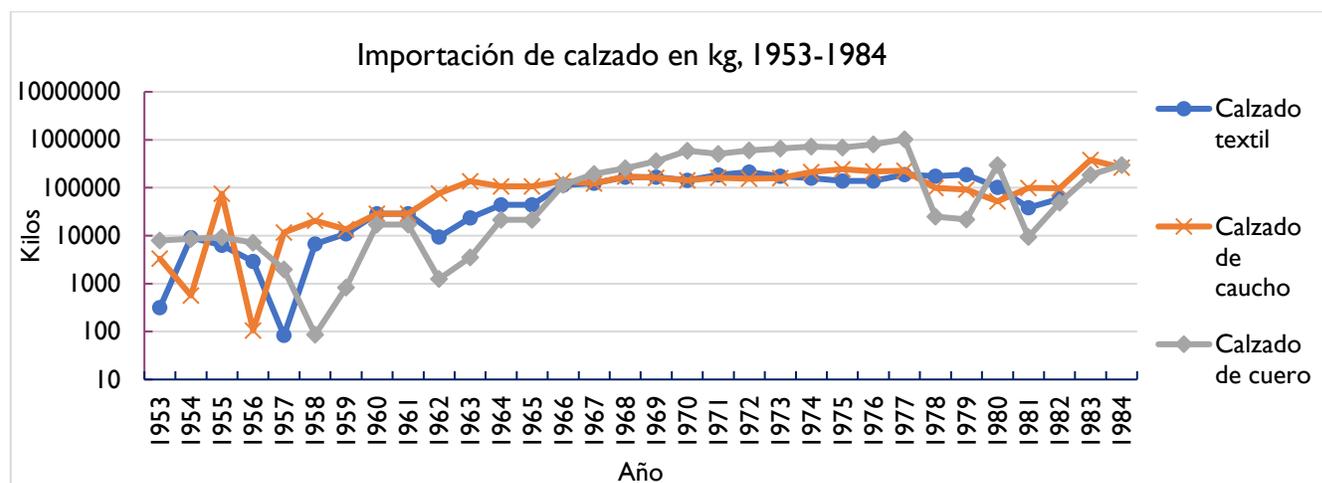
Calzado manufacturado. Las subcategorías de calzado manufacturado suben cerca de 30 veces su volumen importado entre el inicio y el final del periodo de estudio (ver Gráfico 1.11), con un promedio anual de crecimiento cercano al 24%. En los años setentas estas importaciones se tornan mucho más voluminosas, alcanzando en 1977 el pico máximo de importación en el periodo analizado (ver Gráfico 1.11). Es importante señalar que, esta mayor importación de zapatos industrializados sumado al apogeo de la industria nacional de esta época contribuyó no solo a aumentar su oferta en el país sino también a acelerar el desplazamiento de los zapateros artesanales³⁰⁰. Lo que refleja la orientación del país hacia un modelo económico que privilegia la producción industrial. Luego del mencionado auge de importación de calzado se da un declive producto del adverso ambiente económico provocado por la crisis. No obstante, hacia el año 1983 se hace visible la recuperación de estas importaciones (ver Gráfico 1.11).

De los distintos tipos de calzado importado (textil, cuero y caucho) los fabricados a base de cuero fueron los de mayor aumento en los años sesenta y setenta con un promedio de crecimiento anual del 81% (ver Gráfico 1.11). Mientras en esa misma época los comportamientos de las importaciones de calzado hecho con textiles y caucho se mantuvieron sin fluctuaciones importantes, con promedios de crecimiento anual del 29% y

³⁰⁰ Iván Molina, *Costarricense por dicha: identidad nacional y cambio cultural en Costa Rica*, 96.

6% respectivamente (ver Gráfico 1.11). A finales de los años setenta la importación de todas estas clases de zapatos descende, siendo la de calzado de cuero la que experimenta la caída más significativa. No obstante, hacia 1984 todas estas importaciones de zapatos vuelven a tener cantidades similares a los obtenidas en décadas atrás (ver Gráfico 1.11).

Gráfico 1.11



Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC).
Elaboración propia.

En un estudio del Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas se señala que, en la década de 1950 más de la tercera parte de las disponibilidades de bienes de consumo no duradero importados englobaban productos alimenticios y que estos últimos unidos a la producción de textiles, prendas de vestir y productos químicos constituían el 79% de las importaciones de bienes no durables³⁰¹. Lo que, comprueba la expansión de la oferta de este tipo de productos en esta época. A pesar de que, este estudio señala esto para la década de 1950, los gráficos de importaciones anteriores muestran como dichas importaciones se mantuvieron crecientes después de la década de 1950, con excepción de del lapso de la crisis de 1980.

En síntesis, la importación de todas estas categorías de bienes no duraderos aumentó de manera importante durante el periodo de estudio. Esto evidenció el aumento en su oferta, así como el cambio en los gustos de consumo de la sociedad costarricense de ese momento y lo que a su vez se vinculó con una transformación en la estructura socio-ocupacional del

³⁰¹ Hess y et al, *La economía costarricense a mediados del siglo XX*, 12.

país producto del crecimiento industrial y el mejoramiento social, temática que se ahonda en el siguiente capítulo.

4.6. La importación de electrodomésticos entre 1953-1984

En un país de mercado pequeño como Costa Rica las industrias metálicas y mecánicas y de material de transporte son básicas y el abastecimiento del consumo de los bienes durables fabricados por esas ramas fabriles como: refrigeradores, lavadoras, automóviles, entre otros tiene que hacerse desde el extranjero, por ello entre 1946- 1957 las importaciones en estos rubros significaron más del 93% de las disponibilidades³⁰².

El material eléctrico importado entre 1953 y 1962 tuvo un promedio de crecimiento por año de 180% siendo el más alto de todas las categorías de bienes industriales aquí analizadas. En 1964 se presenta el mayor aumento de esta importación (Gráfico 1.12) de hecho en ese año las importaciones del país se concentraron en la categoría: “artículos manufacturados clasificados según el material”, que contenía la subcategoría de bienes eléctricos³⁰³. Lo que confirma el mencionado incremento en la cantidad importada de este tipo de material.

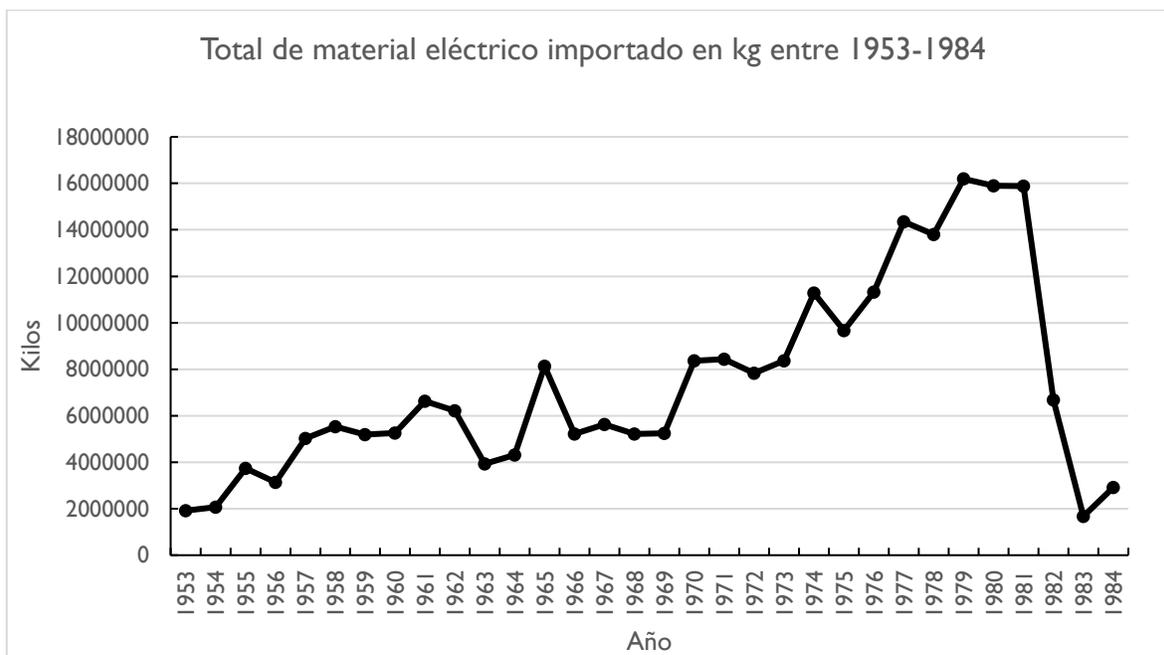
Lo anterior se da en el contexto de la segunda fase de crecimiento económico e industrial del país sucedida en los años sesenta³⁰⁴. Estas nuevas y mejores condiciones económicas propiciaron en la sociedad la reproducción de estilos de vida basados en el uso de bienes industriales como los electrodomésticos que implicaron un proceso de cambio tecnológico y cultural, como se verá en los siguientes capítulos.

³⁰² Ibid., 12.

³⁰³ Anuario de Comercio Exterior 1964.

³⁰⁴ Jorge León, Justo Aguilar, Manuel Chacón, Gertrud Peters, Antonio Jara, María Villalobos, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. Crecimiento y las políticas económicas*, 41-45.

Gráfico I.12



Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC).
Elaboración propia.

El aumento en la inversión de obra pública de la época también contribuye a explicar este comportamiento creciente en las cantidades importadas de material eléctrico. En los años sesenta el país se halla en una expansión del servicio eléctrico, proyecto emprendido desde 1949 con la creación del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) que en esa época tuvo un papel importante en la extensión el servicio eléctrico en el país, convirtiéndose así en uno de los pilares del proyecto de industrialización de la época³⁰⁵. Cabe decir que, dicho proyecto de electrificación al inicio priorizó la zona central del país. Lo cual condujo a un acceso desigual de la electricidad y de las nuevas facilidades que esta ofrecía en los hogares, por ende, las poblaciones localizadas fuera del Valle Central tuvieron que esperar más tiempo para experimentar dicha transformación.

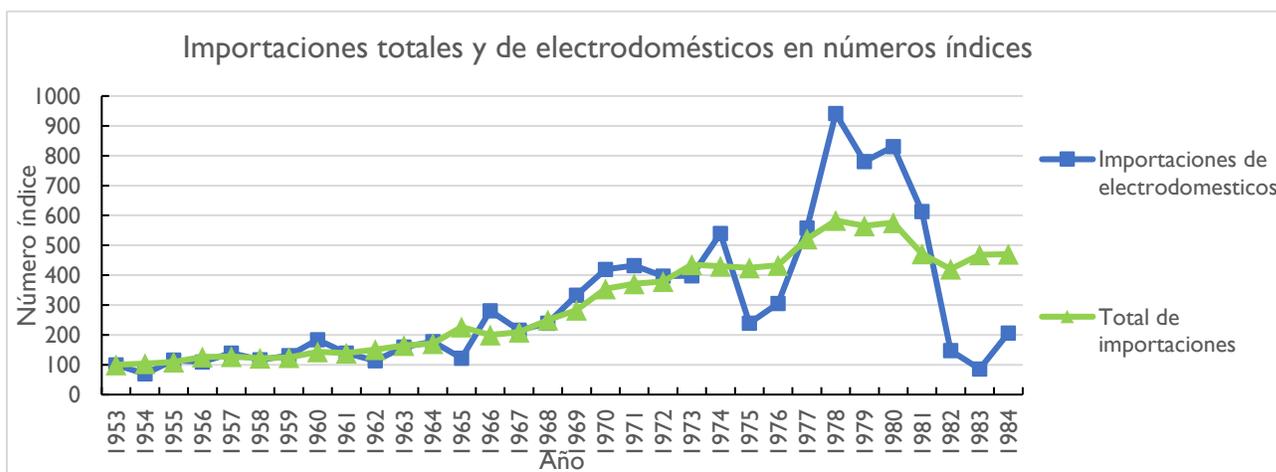
A partir de 1980 se muestra una disminución en las cantidades importadas de material eléctrico (ver Gráfico 112). Lo cual, guarda relación con el clima de crisis económica de esa época. Por último, es importante señalar que, este tipo de materiales, específicamente los de consumo doméstico, eran requeridos cada cierto tiempo por el hecho de ser bienes durables,

³⁰⁵ Jorge Rovira, *Estado y Política Económica en Costa Rica 1948-1970*, 53.

lo que explica en parte el poco volumen importado en comparación con otras categorías de importación, como la de alimentos.

Con respecto a la importación específicamente de electrodomésticos esta se caracterizó por tener un patrón de aumento similar al del total de importaciones en el periodo de estudio (ver Gráfico 1. 13). A inicios de la década de los setenta las importaciones de electrodomésticos tuvieron un crecimiento mayor al del total de importaciones al igual que a fines de esta década (ver Gráfico 1. 13). En los años ochenta con la crisis económica la importación de esta clase de aparatos disminuye de forma considerable (ver Gráfico 1.13).

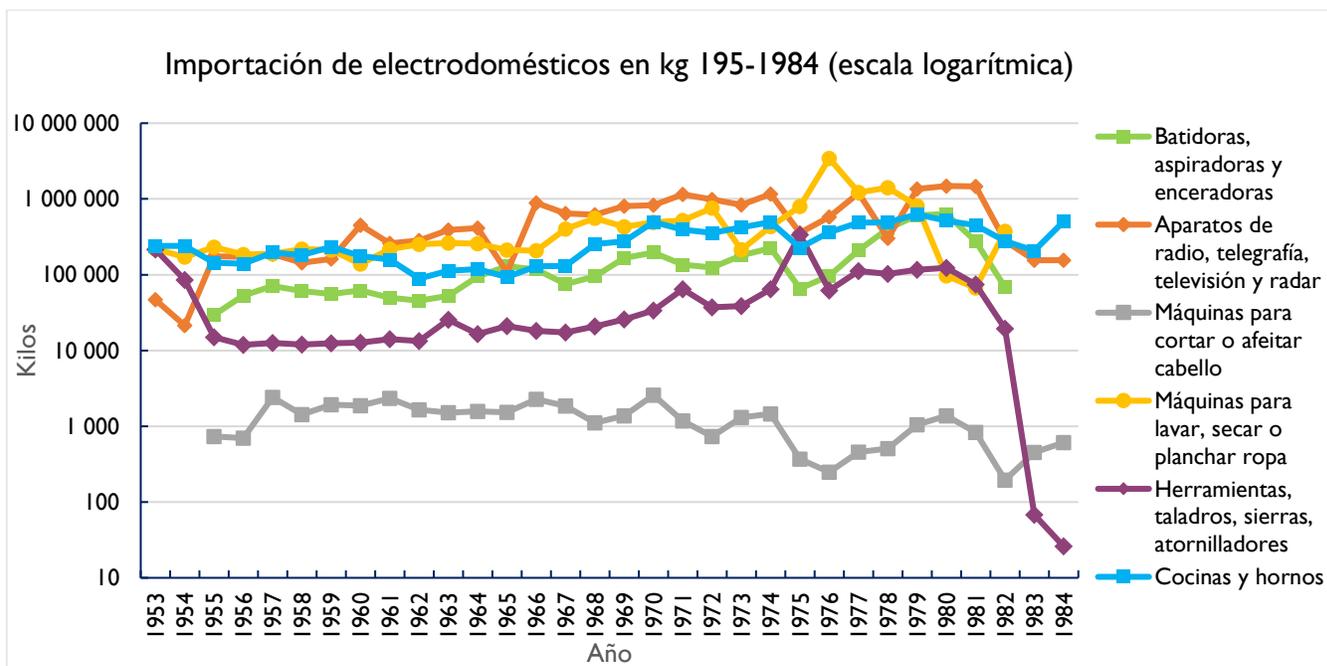
Gráfico 1.13



Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC).
Elaboración propia.

A continuación, se analizan los comportamientos de importación de categorías específicas correspondientes a electrodomésticos. En el Gráfico 1.14 se observan los diferentes comportamientos de las cantidades importadas de estos bienes.

Gráfico I.14



Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC).
Elaboración propia.

Aparatos de radio, telegrafía, televisión y radar. Primero es importante recalcar que, los electrodomésticos al inicio del periodo de estudio se hallaban poco generalizados en el país. Hacia la década de 1950 su valor aún era considerado elevado por la mayoría de la población y, por ende, su tenencia se hallaba poco extendida. Esto se evidencia en el siguiente fragmento referente a la primera mitad de siglo XX.

“...los aparatos que funcionaban con fluido eléctrico...eran muy pocos: si acaso, una modesta cocina o calentador de barro con resistencia; una plancha y, en uno que otro caso, un receptor de radio. Pero lo que era un refrigerador, solamente un reducido número de familias muy adineradas lo poseía. Algo similar ocurría con las lavadoras de ropa: la mayoría de las amas de casa lavaba a mano, en incómodas pilas o bateas de madera...se recurría, para conservar fríos algunos alimentos y bebidas, a hieleras de madera, forradas en su interior con láminas metálicas, casi siempre de fabricación casera. El hielo

lo proveía, diariamente en las primeras horas de la mañana, en San José, un carretón pintado de color verde y tirado por una flaca mula...En la gran mayoría de las casas josefinas y del resto del país, se continuaba cocinando con cocina de carbón o leña...³⁰⁶.

A partir de la década de 1960 fue que paulatinamente los electrodomésticos aumentan su oferta en el país especialmente las categorías de: aparatos de radio y televisión; máquinas para lavar, planchar o secar ropa y la de las cocinas y hornos que fueron los rubros de electrodomésticos de mayor volumen importado (ver Gráfico 1.14). Los aparatos de radio y televisión incrementaron su volumen importado aproximadamente 10 veces entre el inicio y el final periodo de estudio (ver Gráfico 1.14). En los años cincuenta la importación de estos artefactos crece en promedio un 90% por año y en la década siguiente el promedio de crecimiento anual baja al 48%. Este crecimiento se sostiene casi sin variaciones hasta mitad de la década de 1970 (ver Gráfico 1.14).

En 1975 se da una disminución en el volumen importados de la mayoría de subcategorías de electrodomésticos (ver Gráfico 1.14). Lo cual se explica por la disminución generalizada en las importaciones totales del país de ese año, que correspondió a un 3.6% menos en su valor con respecto al año anterior y se atribuyó a dos causas: aflojamientos de presiones internacionales y políticas restrictivas de parte del gobierno para reducir el gasto en las compras al exterior³⁰⁷. Mientras el comportamiento descendente de los años ochenta obedece propiamente a la coyuntura de crisis económica interna y externa de ese momento.

Cocinas, calentadores y hornos. Esta categoría de electrodomésticos incrementa cerca de 10 veces su volumen de importación entre la década de 1950 y 1970 (ver Gráfico 1.14). El ritmo de crecimiento tuvo un ritmo de 17,49% por año. La producción nacional de esta clase de electrodomésticos fue básica y esto le dio mayor relevancia a la importación de este tipo de bienes para cubrir la oferta de estos en esta época. El aumento de su oferta después de a partir de la década de 1960 es claro, como se observa en el Gráfico 1.14 esta era una de las categorías de electrodomésticos de mayor volumen importado luego de la categoría de radios y televisores, la de cocinas y hornos y; la de máquinas de lavar, secar y planchar se disputaban

³⁰⁶ Iván Molina, *Costarricense por dicha: identidad nacional y cambio cultural en Costa Rica*, 97.

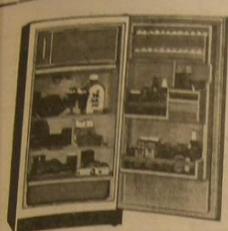
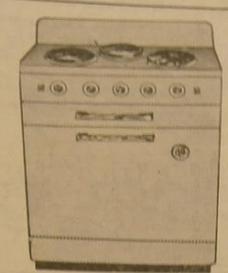
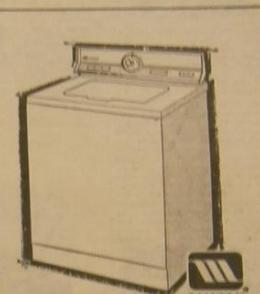
³⁰⁷ Anuario de Comercio Exterior Costa Rica 1975.

el segundo lugar como los electrodomésticos de mayor importación, lo que comprueba la ampliación de su oferta en este tiempo.

Máquinas lavadoras, secadoras y planchas de ropa. El volumen importado de estas máquinas aumenta más de 10 veces entre el inicio y el final de periodo (ver Gráfico 1.14).

Figura 1.6

**APROVECHE AHORA
NUESTRO COMODO SISTEMA
"PRECIO DE CONTADO A LARGO PLAZO"**

 <p>REFRIGERADORA ADMIRAL de 9 pies cúbicos PRECIO DE CONTADO: ₡ 2.300,00</p>	 <p>COCINA ARMEL 3 caloríferos sellados. Bolsa porcelanizada. Amplio horno y gaveta para conservar alimentos frescos. Colores de moda. PRECIO DE CONTADO: ₡ 825,00 QUINCENAL: ₡ 22,50</p>	 <p>LAVADORA AUTOMÁTICA MAYTAG Lava 7 libras de ropa. Completamente automática. 3 ciclos de lavado. 3 niveles de agua. LAVADORA: PRECIO DE CONTADO: ₡ 5.995,00 QUINCENAL: ₡ 126,50</p>
<p>QUINCENAL: ₡ 47.00 SIN PRIMA</p>  <p>REFRIGERADORA ADMIRAL de 11 pies cúbicos. PRECIO DE CONTADO: ₡ 2.650,00</p>	 <p>COCINA TAPPAN 4 caloríferos removibles de espiral. Espacioso horno. Totalmente porcelanizada. PRECIO DE CONTADO: ₡ 1.650,00 QUINCENAL: ₡ 46,50</p>	 <p>LAVADORA MAYTAG DE BOLILLOS Modelo NZL para 12 libras de capacidad. Totalmente porcelanizada. Palanca de seguridad en los bolillos. Larga duración. PRECIO DE CONTADO ₡ 3.250,00 QUINCENAL: ₡ 68,50</p>

Fuente: *La Nación*, sábado 18 de junio de 1974, p. 27.

En los años sesenta y setenta este volumen importado presenta un promedio de crecimiento anual de 42,16%. Este aumento se muestra especialmente a partir de la segunda mitad de la década de 1970. Cuando incluso llega a sobrepasar las importaciones de las

subcategorías de electrodomésticos más voluminosas del periodo de estudio: cocinas y hornos; y radios y televisores (ver Gráfico 1.14).

No obstante, estos artefactos a pesar de su mayor oferta a partir de los años sesenta, no dejaron de poseer precios elevados. Esto se comprueba al confrontar los precios que tenían estos bienes en aquella época con los salarios mínimos de ese mismo tiempo. En 1973 el 58,7% del sector asalariado recibía un ingreso inferior o igual a 699 colones, que equivalían a 1096 colones de 1975³⁰⁸. Una lavadora costaba en 1974 entre 3000 y casi 6000 colones (ver Figura 1.6). Lo que significaba entonces más del triple de un ingreso familiar promedio de la época, adquirir un bien como este bajo la modalidad de crédito o de contado significaba entonces un esfuerzo para gran parte de las familias de clase media, sin embargo, tenían más posibilidades de adquirir estas máquinas que familias con ingresos menores al ingreso promedio representaba un bien prácticamente inaccesible. En la Figura 1.6 también se observa como los electrodomésticos de manufactura local como las cocinas *Tapan*, o las *Armel*, de procedencia mexicana, tienen en esa época precios más accesibles que las marcas estadounidenses.

Finalmente, desde fines de los años setenta, producto de la situación de crisis, decaen las compras en el exterior de estos artefactos, al igual que las del resto de categorías aquí analizadas. Sin embargo, para 1982 se muestra una recuperación (ver Gráfico 1.14). Lo que confirma que estas máquinas llegaron para formar parte en forma definitiva de la oferta de bienes eléctricos en el país.

Batidoras, aspiradoras y enceradoras. La importación en kilos crece aproximadamente 10 veces entre los años cincuenta y setenta, a un ritmo anual del 11% (ver Gráfico 1.14). En comparación con las categorías de artefactos eléctricos de mayor importación como las que incluyen cocinas o televisores, este tipo de electrodomésticos tuvieron menores cantidades de kilos importados. De hecho, durante casi todo el periodo de estudio con excepción de algunos años de la década de 1970, esta categoría junto con la de máquinas para cortar el cabello y la de herramientas fueron los rubros de electrodomésticos de menor importación (ver Gráfico 1.14).

Después de 1960 se da un aumento notorio en el volumen importado de batidoras, aspiradoras y enceradoras, lo cual se refleja en el aumento del promedio de crecimiento anual

³⁰⁸ Leonardo Garnier y Fernando Herrero, *El desarrollo de la Industria en Costa Rica*, 105.

que sube a 26,47%. En la segunda mitad de los años setenta, esta categoría aumenta aún más llegando al alcanzar el volumen importado del rubro de cocinas y hornos que, conformaba una de las tres categorías con mayor importación en todo el periodo de estudio (ver Gráfico 1.14). Lo que indica una mayor oferta nacional más amplia de este tipo de electrodomésticos en esos años. Los efectos de la crisis también se vuelven a reflejar en la disminución del volumen importado de esta subcategoría en los años ochenta (ver Gráfico 1.14).

Máquinas para cortar y afeitar cabello. Entre el inicio y el final del periodo de estudio el volumen importado de esta categoría incrementa cerca de 6 veces (ver Gráfico 1.14). A un promedio de 24% por año. Sin embargo, su importación experimenta descensos en la década de 1960 y los primeros años de la década de 1970 [cambio en el tipo de aparato] (ver Gráfico 1.14). A mitad de los años setenta se da un aumento, sin embargo, desaparece al entrar la época de crisis económica (ver Gráfico 1.14). De todas las categorías analizadas la de máquinas para cortar y afeitar cabello fue la de menor importación. De hecho, el resto subcategorías de electrodomésticos muestran comportamientos similares de importación durante el periodo de estudio, menos esta (ver Gráfico 1.14). Esto se explica en parte por su reducida tamaño y peso en comparación con los demás aparatos y también por el posible cambio de materiales utilizados para su fabricación que con el tiempo tendían a ser cada vez más ligeros. A pesar de ser la categoría con de menor volumen de importado registró un aumento en la cantidad importada de más de 5 veces durante el periodo de estudio. Lo que comprueba que hubo un crecimiento importante en la oferta de esta clase de artefactos.

Herramientas eléctricas: taladros, sierras, atornilladores. Entre la década de 1950 y 1970 el volumen importado de esta categoría crece más de 10 veces aproximadamente (ver Gráfico 1.14). En los primeros años de la década de 1950 su importación se caracteriza por una tendencia a la baja. A partir de los años sesenta estos aparatos experimentan un comportamiento ascendente, que alcanza su punto máximo en 1975 y el resto de la década se mantuvieron sin oscilaciones importantes (ver Gráfico 1.14). Entre 1950 y 1970 la importación de herramientas aumentó a un ritmo anual del 40,3%, lo que reafirma el crecimiento de su oferta en país durante la época estudio.

Luego de 1980 este creciente comportamiento de importación, al igual que el de las demás subcategorías de electrodomésticos se vio interrumpido por el contexto de crisis económica. Finalmente debe mencionarse que, este fue el segundo rubro de artefactos

eléctricos con menor volumen importado, después de las máquinas de cortar cabello. Sin embargo, fue de las importaciones de electrodomésticos que más creció en el periodo de estudio.

V. El aumento del entramado comercial en Costa Rica 1952-1975

La totalidad de establecimientos comercios en el país aumenta 1,2 veces entre 1952-1958 (ver Cuadro 1.7), así como la población que crece esta misma cantidad de veces (ver Cuadro 1.1). No obstante, esto cambia entre 1958-1964 cuando la cantidad de establecimientos comerciales aumenta más que la población. Lo que se traduce en un mayor dinamismo comercial o una explosión de comercios. Mientras entre los años 1964 y 1975 el total de comercios del país experimenta un aumento menor al mostrado en épocas anteriores (ver Cuadro 1.7). Lo que significa que el crecimiento comercial se estabiliza después de un auge sucedido entre fines de la década de 1950 y mitad de la década de 1960. Esto a nivel comercial porque con respecto al tema demográfico entre 1964-1975 la población del país había incrementado 1,4 veces (ver Cuadro 1.1), lo que significó el mayor aumento poblacional desde 1952.

Esto sugiere la expansión comercial de los años sesenta fue específica de esa época y muchos de estos comercios no se mantuvieron en el tiempo ya que entre 1964-1975 el crecimiento comercial fue de 0,7. Mientras la población creció a un ritmo mayor, caracterizando a esta época como un tiempo de acelerado crecimiento poblacional en Costa Rica. Entre 1963-1973 la tasa de crecimiento demográfico en Costa Rica fue de 3,4 (ver Cuadro 1.1). Lo anterior refleja una caída más bien en el ritmo de crecimiento de los comercios. Lo que también tiene relación con el proceso de expansión de grandes emporios comerciales. Es decir, de la concentración comercial en pocas manos, proceso que caracteriza esta época³⁰⁹.

³⁰⁹ Jorge León, Nelson Arroyo y Andrea Montero, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. La industria en Costa Rica en el siglo XX*, 207.

5.1 Aumento comercial por ramas comerciales

Con relación al aumento comercial de las categorías de bienes industriales que conciernen a esta investigación, los comercios dedicados a la venta de alimentos, bebidas y tabaco registran un mayor aumento entre 1958-1964, mientras los dedicados a venta de prendas de vestir presentan mayor crecimiento entre 1964-1975 (ver Cuadro 1.7). Con respecto a las tiendas comerciales de artículos mobiliarios y de uso doméstico fueron las de mayor crecimiento entre 1952-1975 fueron los establecimientos que más veces crecieron en comparación con el resto de comercios (ver Cuadro 1.7), quizá debido a las nuevas formas habitacionales surgidas en la época que incidieron en el aumento de la demanda de este tipo de mobiliario doméstico y por ende sucedió este incremento de comercios de estos bienes. Los otros comercios que evidenciaron importantes crecimientos en este periodo fueron los especializados en maquinaria y ferretería, por ejemplo, entre 1958-1964 aumentan 2,03 veces sobrepasando incluso el aumento total de comercios a nivel nacional (ver Cuadro 1.7). Esto demuestra la importancia que cobran este tipo de bienes dentro de la sociedad costarricense durante esta época de transformación social, cultural y material en donde las formas de habitar cambiaron hacia viviendas que requieran de herramientas, muebles y artefactos especializados para su funcionamiento.

Cuadro 1.7

Cantidad de establecimientos comerciales en Costa Rica 1952-1975

	Venta de alimentos, bebidas y tabaco	Venta de hilos, tejidos y artículos de vestir	Venta de artículos mobiliario y uso doméstico	Venta de maquinaria y ferretería	Total de comercios del país
1952	4595	799	25	66	8030
1958	5336	846	82	90	9641
1964	7374	975	115	183	14308
1975	6620	1431	289	300	9713

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC) censos comerciales de Costa Rica 1953, 1958, 1964 y 1975. Elaboración propia.

5.2. El aumento comercial por tipo de sociedad en Costa Rica

El tipo de sociedad comercial que mayor aumento registra en el periodo 1952-1958 fue la catalogada como “otro” que aumentó 2,7 veces en segundo lugar, la sociedad que más creció entre estos años fue la sociedad limitada con un aumento de 1,9 veces (ver Cuadro 1.8). Mientras las sociedades que menos crecieron fueron las individuales y las colectivas. Lo cual demuestra que, los nuevos comercios o empresas comerciales se estaban constituyendo bajo sociedades más complejas en el sentido de su organización.

Entre los años 1958 y 1964 el tipo de sociedad comercial que más incrementa en el país fue la sociedad anónima que con respecto a 1952 creció 1,4 veces, mientras la sociedad Limitada aumentó 1,3 veces. Las individuales crecieron 0,9 veces, el cual fue un crecimiento similar al presentado entre 1952-1958. Cabe destacar que, entre 1958-1964 se dio el mayor aumento en general de sociedades comerciales en el país. Lo cual coincide con el mayor aumento también de los establecimientos comerciales. En el periodo 1964-1975 la categoría de Sociedad Anónima fue la de mayor aumento que con respecto a 1964 en 1975 creció 6,2 veces, sobrepasando a las sociedades Limitadas que anteriormente habían registrado el mayor aumento en el país.

Asimismo, las cooperativas en 1975 registraron un importante crecimiento con relación al año 1964 al crecer aproximadamente 3 veces. El aumento de estas dos clases de sociedades comerciales en esta época tiene relación directa con el contexto económico y comercial de este momento en donde se apostaba por la industrialización que propició la creación de empresas de mayor dimensión ya que se creó un clima propicio para la inversión de proyectos conformados por varios socios o accionistas como sucede con las Sociedades Anónimas que se prestan para organizar grandes corporaciones, constituidas por múltiples socios. Así también el cooperativismo en este periodo toma fuerza como una forma de impulsar la economía nacional de esa época³¹⁰.

³¹⁰ Jorge Rovira, *Estado y política económica en Costa Rica 1948-1970*. (San José, Costa Rica: Editorial Porvenir, S.A., 1988), 95.

Cuadro 1.8

Cantidad de comercios según tipo de sociedad en Costa Rica 1952-1975

	Individual	Colectiva	Limitada	Anónima	Comandita	Cooperativa	De hechos	Otro	Total país
1952	6988	343	204	91	5	5	n.d	23	7656
1958	5318	132	395	69	n.d	n.d	n.d	62	5976
1964	4873	19	527	95	2	10	256	23	5808
1975	1904	11	254	593	0	28	63	17	2870

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC) censos comerciales de Costa Rica 1953,1958, 1964 y 1975. Elaboración propia.

5.3. Análisis del personal ocupado en el sector comercial

En términos generales la cantidad total de empleados en el sector comercial aumentó entre 1952 y 1975 2,4 veces, no obstante, hubo un declive en el lapso 1958-1964 (ver Cuadro 1.9). Con respecto a la distribución de estos empleos por rama comercial entre hombres y mujeres debe decirse que, en los comercios de venta de alimentos, bebidas y tabaco, de mobiliario doméstico, así como en los de maquinaria y ferretería predominan los empleados masculinos, por ejemplo, en 1958 en esta última rama entre los empleados había 10 veces más hombres que mujeres (ver Cuadro 1.9).

Cuadro 1.9

Razón de hombres sobre mujeres empleados en ramas comerciales 1952-1975	1952	1958	1964	1975
Total de empleados en todos los comercios del país	2,5	2,6	2,3	3,2
Venta alimentos, bebidas y tabaco	3,0	3,2	2,6	3,2
Venta hilos, tejidos y artículos de vestir	1,0	0,9	0,8	1,9
Venta de artículos, mobiliario y uso doméstico	3,5	4,7	4,2	3,8
Venta maquinaria y ferretería	5,0	9,5	4,4	7,5
Ventas en otros comercios al por menor	2,4	2,6	3,5	4,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC) censos comerciales de Costa Rica 1953,1958, 1964 y 1975. Elaboración propia. (En los anexos 6 y 7 se encuentran la cantidad en cifras absolutas de la cantidad de empleados hombres y mujeres en las ramas comerciales).

La rama comercial en la que más presencia de mujeres en esta época es la de venta de hilos, tejidos y artículos de vestir (ver Cuadro 1.9). Estas diferencias se deben a la división sexual del trabajo que lleva a que existan ramas comerciales consideradas masculinas como, la de venta de maquinaria y ferretería.

5.4. Análisis del personal ocupado en el sector industrial

En el periodo 1952-1964 la cantidad total de empleados del sector industrial crece 1,7 veces (ver Cuadro 1.10). En comparación con el personal del sector comercio, el personal de la industria aumenta en menor medida. Lo cual quiere decir que en esta época la industria crece menos que el comercio. Cabe destacar que, los trabajadores fabriles tuvieron un rol importante especialmente en el periodo 1940-1960 debido al poco uso de tecnología especializada a nivel de producción, por ende, el esfuerzo físico de los empleados industriales se convertía en parte esencial de la productividad de la industria en esa época³¹¹.

Cuadro 1.10

Razón de hombres sobre mujeres empleados en ramas industriales 1952-1964			
	1952	1958	1964
Rama industrial			
Todas las ramas	6,7	7,2	4,3
Industrias manufactureras de productos alimenticios	9,1	12,5	4,5
Industrias de bebidas	4,8	4,5	7,7
Fabricación de textiles	1,0	1,0	0,9
Fabricación de calzado, prendas de vestir y otros artículos de vestir	3,4	3,1	2,3
Construcción y reparación de maquinarias, aparatos accesorios y artículos eléctricos	16,0	19,3	17,5
Otras industrias	9,3	9,9	8,1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC) censos industriales de Costa Rica 1953,1958 y 1964. (En los Anexos 8 y 9 se encuentran la cantidad en cifras absolutas de la cantidad de empleados hombre y mujeres en las ramas industriales).

En cuanto a la repartición de empleados en las ramas industriales de acuerdo al sexo, los trabajadores hombres predominan en la industria manufacturera de productos alimenticios, en la industria de bebidas, en la fabricación de calzado y prendas de vestir; y en la construcción y reparación de maquinaria y aparatos eléctricos, en esta última rama, por ejemplo, en el año 1958 había 20 veces más hombres que mujeres. Mientras la rama industrial

³¹¹ Jorge León, Nelson Arroyo y Andrea Montero, *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. La industria en Costa Rica en el siglo XX.*, 148.

de fabricación de textiles era la que contenía más cantidad de trabajadoras femeninas (ver Cuadro 1.10). Lo cual vuelve a reflejar al igual en este caso el tema de los roles de género a nivel laboral pues hay una clara división entre los trabajos industriales considerados para hombres y mujeres.

En cuanto a la productividad de este sector, esta aumenta entre 1957-1963, un 40% al pasar de 13.700 colones a 19.000 colones, mientras el sector artesanal crece un 17% en este mismo periodo³¹². Esto demuestra el cambio que está atravesando el país en esa época hacia una industria más sofisticada. Este desarrollo industrial implicó a su vez nuevos estilos de trabajo y organización laboral que debían ser seguidos por las personas que ingresaban a laborar en fábricas. Además, con la llegada de máquinas a los espacios de producción fabril, los trabajadores tuvieron que adquirir nuevos conocimientos para llevar a cabo sus labores, así como también para dar mantenimiento correcto a las máquinas para que estas funcionaran sin contratiempos³¹³.

5.5. Las ventas de los establecimientos comerciales en el periodo 1952-1975

En el periodo 1952-1975 las ventas comerciales estuvieron dominadas por la rama de venta de alimentos, bebidas y tabaco. Debe indicarse que en esta época el comercio de alimentos en el país aumenta de forma considerable, especialmente a partir de los años setenta cuando se promueve en crecimiento de supermercados. No obstante, en esta época los mercados centrales y las pulperías acaparaban la mayor parte del comercio de alimentos³¹⁴.

³¹² Jorge León, Nelson Arroyo y Andrea Montero. *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX*, 149.

³¹³ Jorge León, Nelson Arroyo y Andrea Montero. *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX*, 152.

³¹⁴ Jorge León y Gertrud Peters, *Historia económica en el siglo XX. El comercio y los mercados en Costa Rica*. (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2019), 142-143.

Cuadro 1.11

Ventas de establecimientos comerciales 1952-1975, en colones de 1966				
Rama comercial	1952	1958	1964	1975
Venta alimentos bebidas y tabaco	455854	644295	605751	714412
Venta de hilos, tejidos y artículos de vestir	89045	206576	213719	283373
Artículos mobiliarios y uso doméstico	19665	57492	58868	129951
Maquinaria y ferretería	18964	69546	63057	170361

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC) censos comerciales de Costa Rica 1953, 1958 y 1964. Elaboración propia.

Las prendas de vestir y tejidos son la segunda categoría de ventas más importante en esta época. Los principales aumentos en las ventas de las categorías comerciales en estudio suceden hacia fines de la década de 1950 y a mitad de la década de 1970, por ejemplo, la venta de tejidos y prendas de vestir entre 1952 y 1958 prácticamente se duplica al igual que los artículos mobiliarios y de uso doméstico (ver Cuadro 1.11). Lo cual reafirma el importante crecimiento en el consumo de bienes fabriles acontecido en esta época.

VI. Conclusiones

En el periodo 1953-1984 se da un aumento generalizado del consumo doméstico de bienes industriales, gracias al surgimiento de cambios que contribuyeron en la conformación de la base material de la producción y comercialización de bienes. Primero hay un crecimiento demográfico que se intensifica específicamente entre 1950-1962, cuando el país presenta la tasa más alta de crecimiento demográfico del periodo de estudio, con un 3,9%. Luego, El PIB y el PIB per cápita también aumentan en este periodo. El aumento más grande del PIB per cápita se da entre los años 1969 y 1979 cuando este pasa de 390 a 558 en dólares de 1950.

También se da un crecimiento urbano producto del aumento de la población y la economía en este periodo de estudio. Las viviendas urbanas entre 1963 y 1973 registraron una tasa de crecimiento intercensal de 4,06%, la tasa de crecimiento más alta del periodo de estudio. El nivel de instrucción de la población aumenta en este periodo, especialmente la educación secundaria y la educación técnica. En 1963 la cantidad de personas mayores a veinte años con educación secundaria era de 17,8% y en 1984 pasó al 33% de esa población. Asimismo, hubo un aumento en el tamaño del mercado, lo que tuvo relación con el ingreso

del país al Mercado Común Centroamericano en 1963, que vino a ampliar el tamaño de los mercados a través de una serie de reformas arancelarias y políticas pro industriales.

La economía experimentó un mejoramiento, la industria creció y se diversificó. En el periodo 1950 – 1962 su participación en el PIB tuvo un incremento de 136,5%. La puesta en práctica del Modelo de Sustitución de Importaciones condujo a la diversificación y aumento de la producción nacional, así como de las importaciones durante todo el periodo de estudio con excepción de años ochenta, por el efecto de la crisis económica. El proyecto de industrialización a partir de los años sesenta buscó suplir la demanda nacional y exportación de excedentes. Esta dinámica comercial elevó las importaciones de materias primas y maquinaria, así como las de algunos bienes de consumo. Lo anterior trajo como resultado el aumento de fábricas especializadas en bienes industriales, así como la desaparición de pequeñas empresas o talleres familiares preexistentes.

El aumento de la producción industrial y la importación tuvo relación con la creación del Mercado Común Centroamericano, que reavivó la producción interna para contribuir con la demanda de bienes industriales tales como: alimentos procesados, electrodomésticos y vestimenta manufacturada. La organización del comercio adquirió complejidad, al surgir más empresas comerciales conformadas por Sociedades Anónimas. Estas pasaron de 95 compañías en 1964 a 593 en 1975. Las ventas de alimentos, artículos de vestir, mobiliario doméstico y de maquinaria y ferretería aumentaron de forma importante entre 1952 y 1975. La venta de prendas de vestir y mobiliario doméstico se duplicó entre 1952 y 1958. Este crecimiento en la oferta y las ventas de bienes industriales, produjo un cambio en los patrones de consumo de la sociedad orientado a la preferencia de este tipo de bienes.

Todos los elementos anteriores fueron los conformaron la estructura económica-comercial que promovió la ampliación del consumo. Este fenómeno de crecimiento económico no fue exclusivo de Costa Rica, todos estos eventos también fueron experimentados por otros países latinoamericanos. Costa Rica y el resto de América Latina a pesar de las situaciones críticas derivadas de crisis internas y externas, y de tener una economía basada en el sector agrícola, mejoraron en este periodo de manera importante a nivel económico y social.

Capítulo 2: Transformaciones socio económicas y expansión del consumo doméstico de bienes industriales en Costa Rica 1953-1984.

I. Introducción

Este capítulo analiza el cambio social y su relación con la ampliación del consumo doméstico y consta de tres partes: la primera corresponde una explicación sobre el mejoramiento socioeconómico que conduce al fortalecimiento la clase media en el país, la segunda, aborda las transformaciones infraestructurales de las viviendas, y la tercera trata la ampliación del consumo doméstico de estos bienes industriales como resultado de todo lo anterior.

II. El mejoramiento socioeconómico en Costa Rica

Este apartado abarca las principales mejoras socioeconómicas sucedidas en esta época: aumentos salariales, ampliación de la educación, aumento del crédito y nuevas políticas socio laborales, como parte del entramado socioeconómico que consolida la clase media y permite una nueva forma de vida basada en el consumo de bienes industriales.

2.1. Origen de la clase media en Costa Rica

Esta investigación se concentra en la clase media, por eso primero es importante aclarar el origen la clase media en Costa Rica porque este sector social es el protagonista del proceso de urbanización del país acontecido en el periodo de estudio, dentro del cual se enmarca esta tesis. El crecimiento de las clases medias constituidas por profesionales asalariados se vincula con el desarrollo del capitalismo mundial de las últimas décadas del siglo XIX. Hacia mediados del XX este desarrollo se torna más importante para estos sectores ya que, el capitalismo regulado por el Estado les ofrece un papel político relevante, y al mismo tiempo el desarrollo económico de la época les permitió acceder a cómodos niveles de vida, a través del incremento del poder adquisitivo³¹⁵.

³¹⁵ George García, “Formación de la clase media en Costa Rica. Economía, sociabilidades y discursos políticos (1890-1950)”. (Maestría, San José, Costa Rica, Universidad de Costa Rica, 2011), 137.

En Costa Rica, de acuerdo con George García³¹⁶, desde la década de 1950 del siglo pasado, predominan en las ciencias sociales dos tendencias sobre el origen de la clase media. Por un lado, se señala al intervencionismo estatal y a la ideología socialdemócrata surgida a partir de la década de 1940 como la causa del surgimiento de estos sectores mientras por otra, se señalan a las reformas educativas de la década de 1880 como las responsables del surgimiento de la clase media. Ambas formulaciones según este autor dan importancia a distintos factores que por sí solos no explican el origen de la clase media y, además presentan un sesgo urbano.

George García señala entonces que, el surgimiento de la clase media reside en la desigualdad del desarrollo socioeconómico derivada de la contradicción capital-trabajo del capitalismo. Bajo este modelo económico, los trabajadores empiezan a demandar mejoras económicas y laborales, lo que lleva al Estado a resolver dichas tensiones entre propietarios y trabajadores a través de la aprobación de una serie de garantías sociales y laborales³¹⁷. García sugiere que si bien las medidas de corte social tomadas por el gobierno en la década del 1940 o la reformas educativas de fines del siglo XIX provocan mejores condiciones de vida para la clase media, estos no marcaron su origen.³¹⁸ Esta misma tesis es sostenida por Carlos Sojo que relaciona la aparición de los sectores medios en Costa Rica con la división del trabajo asociada a los regímenes de bienestar del capitalismo, en donde la estratificación social y la concentración de riqueza producto del dinamismo de los mercados es administrada por la función pública que debe dotar de fuerza laboral calificada y ofrecer protección a los trabajadores³¹⁹.

En este sentido, para Sojo los años cuarenta fueron una época de creación de lo social que surge para amansar el capitalismo y en los años siguientes esto se utiliza para crear una fórmula social que beneficia a todos los grupos sociales incluida la nueva clase de empresarios y trabajadores. Lo que a su vez conduce al establecimiento de una nueva

³¹⁶ George García, *Formación de la clase media en Costa Rica*, 138.

³¹⁷ *Ibid.*, 138.

³¹⁸ *Ibid.*, 185-186.

³¹⁹ Carlos Sojo, *Igualitarios. La construcción social de la desigualdad en Costa Rica* (San José, Costa Rica: EUNED, 2013), 67.

identidad nacional fundamentada en la clase media urbana. En Costa Rica dicha transformación obedece al énfasis que se le dio en esta época al papel social del Estado a través de la abolición del ejército y la nacionalización de los servicios públicos³²⁰.

2.1.1 Consolidación de la sociedad salarial

En la época previa a 1950 la clase media se asociaba a los pequeños propietarios agrícolas mientras, a partir de este año se empieza a vincular con el ámbito urbano y el servicio público. La pérdida sobre el control de la tierra hace que se generalice el salario y con esto se extienden también las garantías sociales y laborales vinculadas a esta forma de pago³²¹. Esto conduce a la creación de una sociedad salarial en donde el sueldo se convierte en un mecanismo garante del consumo a través de la fijación del salario mínimo³²².

Además de lo anterior a comienzos de la década de 1950 se incrementan gran parte de los salarios del Gobierno central, generándose disparidades, por ejemplo, un director de colegio en la capital en 1951 percibía 900 colones cada mes mientras, un agente policial recibía 250 colones³²³. Los salarios más elevados se ganaban en puestos de gobierno ubicados especialmente en San José y demás zonas urbanas del Valle Central, esto debido al mayor acceso al sistema educativo y el elevado costo de vida en las ciudades³²⁴.

Aunado a lo anterior, en las dos décadas siguientes, se experimenta un aumento de la escolaridad de la Población Económicamente Activa (PEA). Por ejemplo, en 1963 de los empleados con los salarios más altos (de 2200 colones a 2499 colones) el 10% tenían primaria; el 20% secundaria y el 70% universidad y tres cuartas partes residían en el área urbana. La inflación en esa época era relativamente baja, cercana al 1,8% y esto sumado a los salarios crecientes hizo de esta década una época próspera para el sector asalariado³²⁵. Este aumento en el nivel educativo de la PEA lleva al aumento en la escala salarial de los

³²⁰ Ibid., 3-74.

³²¹ Ibid., 78 y 81.

³²² Ibid., 84.

³²³ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 508.

³²⁴ Ibid.

³²⁵ Ibid., 509.

empleados, de acuerdo a la actividad económica, ocupación y zona geográfica, que son las variables que determinan las diferencias salariales³²⁶.

Este panorama de abundancia cambia en 1973 cuando la tasa promedio de aumento salarial con respecto a 1957 fue de 302%, el Índice de Precios al consumidor subió en 137% y la inflación llegó al 9% anual³²⁷. En este período el 70% de los trabajadores asalariados recibían un sueldo menor a los 699 colones, el 20% obtenía entre 700 y 1299 colones, mientras el 6,1% percibía entre 1300 y 2799 colones y el 3,6% recibía cifras superiores a 2800 colones³²⁸. En otras palabras, la mayor parte de los trabajadores recibían remuneraciones por debajo de los 700 colones mientras un reducido grupo recibía sueldos por encima de los 2000 colones.

A inicios de la década de 1970 para cubrir la alimentación de una familia de 5,3 miembros se requerían 799 colones y si se agregaba el alquiler de una vivienda la cifra total para subsistir ascendía a 1.133,00 colones a precios de 1975³²⁹. Esto significa que, en ese tiempo a la mayoría de las familias se les hacía insuficiente el salario de un sólo miembro para sobrevivir, lo que las obligaba a implementar estrategias de supervivencia como la fabricación doméstica de ropa o alimentos y el trabajo de otros miembros a parte del jefe de familia para poder cubrir las necesidades básicas de alimentación y vivienda³³⁰. En resumen, esta época se caracteriza por la consolidación de un sistema salarial basado en la desigualdad ya que, trae mejoras salariales para ciertos grupos, especialmente los de mayor nivel educativo.

2.1.2 Transformación laboral por sectores y estratificación social

En Costa Rica entre la década de 1950 y la de 1970 la demanda laboral experimenta un cambio cuando los sectores terciarios (servicios privados y estatales, comercio y

³²⁶ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 513.

³²⁷ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 510.

³²⁸ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 510.

³²⁹ Leonardo Garnier y Fernando Herrero, *El desarrollo de la Industria en Costa Rica* (Heredia, Costa Rica: EUNA, 1981), 104.

³³⁰ Leonardo Garnier y Fernando Herrero, "El desarrollo de la Industria en Costa Rica", 105.

transporte) crecen en mayor medida que los sectores de la industria, la construcción y las actividades agropecuarias³³¹. Durante este periodo el total de trabajadores remunerados en actividades agrícolas pasó de casi 30% a 15,5% y en la industria estos pasaron de ocupar el 11% al 15,5% de los trabajadores asalariados; las entidades financieras, las aseguradoras y las empresas también aumentaron su personal de 3,7% a 9,56%, así como el Gobierno central que sube la cantidad de trabajadores de 17,7% a 26%³³². En otras palabras, a nivel laboral el sector agropecuario perdió terreno en esta época mientras, la actividad industrial, de servicios y del Estado ganó importancia.

Esta nueva composición socioeconómica significó en el país una ruptura con la presentada previo a la década de 1950 pues, hubo un cambio en las actividades de inversión nacional y extranjera, que quedó demostrado en el PIB, y en la diversificación de la producción que, renovó la estructura productiva e integró el mercado interno³³³. Al mismo tiempo, mejoran los medios de transporte y las vías de comunicación que enlazan las zonas productivas con el Valle Central y el exterior, trayendo nuevas oportunidades para trabajadores, empresarios y el Estado³³⁴.

Todo lo anterior condujo a la creación de una nueva imagen social del país en dónde la clase media adquiere protagonismo y se convierte en una idealización bajo el auspicio del Estado de bienestar. De acuerdo con Sojo³³⁵, este nuevo ideal de clase media tiene que ver con el cambio de la imagen que se tenía de este estrato social pues, a partir de la segunda mitad del siglo XX, deja de vincularse con la pequeña propiedad agrícola y empieza a relacionarse con el mundo urbano y el servicio público. Esto se comprueba con el decrecimiento la población campesina que pasa de 28% en 1950 a 13% en 1984, y con el aumento de los empleados públicos que pasaron del 7% en 1950 al 20% del conglomerado laboral en 1980.

³³¹ Ibid., 512.

³³² Ibid.

³³³ Ibid.

³³⁴ Ibid., 513.

³³⁵ Sojo, *Igualitarios. La construcción social de la desigualdad en Costa Rica*, 78-82.

Esta transformación provoca prácticamente en todo América Latina un crecimiento económico y una ampliación en la oferta de empleo, especialmente en las zonas urbanas. En este sentido surgen más empleos vinculados a servicios sociales, empresariales, administrativos y relacionados con nuevos servicios urbanos³³⁶. La clase de trabajadores que más incrementan su importancia en esta época fueron: los profesionales, gerentes y oficinistas, y algunos trabajadores manuales como los peones de construcción y de las industrias de servicios³³⁷. Cabe destacar que, los profesionales que forman parte de esta nueva clase media para acceder a estos puestos tuvieron que pasar por un sistema de educativo. Por ende, el factor de la educación como agente de movilidad social es una de las principales consecuencias que trajeron los cambios económicos de esta época, tema que es retomado más adelante³³⁸.

Esta transición de una economía mayoritariamente agrícola a una de carácter más industrial y especializado en servicios se experimenta en Costa Rica a partir de la década de 1960 especialmente en el Valle Central pues ya en 1963 predominan los trabajos de servicios profesionales, administrativos y de servicios personales con un 27,7%, mientras los del sector comercial alcanzan un 9% y sumados representan el 36,8% del total de trabajadores³³⁹.

En 1971 las ocupaciones de los jefes de hogar varían entre, profesionales técnicos, gerentes y administradores, oficinistas, vendedores, peones, choferes y amas de casa, y la categoría de: peones, choferes, y otros, es la de mayor porcentaje con un 63% y además es la que percibe menores ingresos. En 1971 el 73% de las familias ubicadas en esta categoría tenían un ingreso mensual de 999 colones mientras las familias con jefes profesionales o técnicos con este mismo ingreso constituían apenas el 1%³⁴⁰.

La mayor profesionalización y especialización de la mano de obra, unido a una política de salarios crecientes, generó más productividad y consumo para la PEA y también

³³⁶ Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, 229.

³³⁷ Ibid.

³³⁸ Ibid.

³³⁹ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 500.

³⁴⁰ Leonardo Garnier y Fernando Herrero, *El desarrollo de la Industria en Costa Rica*, 104-105.

permitió crear mayores índices de salud y educación³⁴¹. Sin embargo, a mitad de la década de 1970 el desbalance del crecimiento de la población entre el campo y ciudad produjo un exceso de oferta laboral en el Gran Área Metropolitana (GAM), que incrementó el sector informal de la economía³⁴².

Según García³⁴³, este proceso de urbanización se venía dando en el país décadas atrás, para 1927 se contaban como zonas urbanas únicamente las cabeceras de provincia y ya para 1950 se incorporan a esta categoría la mayoría de los distritos primeros de cantón, por consiguiente, entre esos dos años la población urbana pasa de 18.8% a aproximadamente 35.5% de la población. Lo cual según este autor se debió a la capitalización del sector agrario, y la concentración de capitales en las zonas urbanas especialmente en San José, que permitió fortalecer la economía urbana y ofrecer mejores oportunidades de estudio para los jóvenes de estas zonas, por medio de la formación técnica y profesional que les abrió paso al mercado laboral y a formar parte de las capas medias urbanas de la sociedad.

No obstante, a mediados de la década de 1970, se da un desequilibrio entre el crecimiento de la población del campo y la ciudad, hay un exceso en la oferta laboral que se traduce el crecimiento de trabajo informales, el crecimiento económico del país, así como la demanda en el mercado laboral fue menor no sólo por ese desbalance, producto del mayor crecimiento urbano sino también, por el aumento del déficit comercial, la deuda pública, del precio internacional del petróleo, la crisis monetaria internacional, la devaluación del colón y el principio de la crisis de los años ochenta³⁴⁴. Esta crisis tuvo importantes efectos, que ya se mencionaron en el capítulo uno pero que merecen la pena ser retomamos, como lo son: los ajustes estructurales, el recorte del presupuesto social y el aumento de la pobreza. En otras palabras, este periodo de mejoras en los salarios, en la salud pública, la seguridad social y la educación auspiciadas por la intervención estatal, termina con un desequilibrio social y económico en el país.

³⁴¹ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 513.

³⁴² *Ibid.*, 514.

³⁴³ García, George, *Formación de la clase media en Costa Rica*, 161.

³⁴⁴ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 514.

2.2 Ampliación de la educación 1950- 1980

La extensión de la educación en general se evidencia en la disminución de la población analfabeta en esta época que pasa del 21% en 1950 al 10,2% en 1973, a nivel geográfico la zona rural concentra mayor porcentaje de analfabetismo, por ejemplo, en 1963 aglutina el 22% mientras su contraparte urbana, solo reúne el 5%³⁴⁵. Esto demuestra que una parte importante de la población, en especial la urbana, está adquiriendo en esta época mayor educación y, por ende, mejores condiciones de vida que se reflejan en mejores trabajos pues, en la PEA cada vez hay más trabajadores graduados en todos los niveles. Por ejemplo, los trabajadores con educación primaria pasan del 16% en 1950 al 24,8% en 1967³⁴⁶.

A partir de 1950 la contribución del Estado hacia la educación es cada vez más importante y provoca la expansión y diversificación de este sector. Esto también tuvo relación con cambios demográficos como: el aumento de la población, y la redistribución de los grupos etarios en edad de asistir a los diferentes niveles educativos. Por ejemplo, entre 1950-1960 aumenta la asistencia a preescolar y primaria, y desciende en 1970 por la caída en la fecundidad entre 1969 vinculada a la expansión de los métodos anticonceptivos³⁴⁷.

A parte de estos factores ligados a la parte demográfica, hubo otros involucrados en este proceso de expansión y diversificación educativa de mitad de siglo XX como: el crecimiento del sector industrial y del sector servicios que aumentan la demanda de mano de obra calificada, las migraciones campo-ciudad, la colonización agrícola en zonas alejadas; la urbanización de las cabeceras de provincia y cantón que conducen a la apertura de nuevas instituciones o la remodelación de las existentes y finalmente la mejora de la calidad de vida permitió a familias de origen popular enviar por más tiempo a sus hijos a los centros educación³⁴⁸.

³⁴⁵ Jorge León. *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 491.

³⁴⁶ Ibid.

³⁴⁷ Iván Molina, *La educación en Costa Rica de la época colonial al presente* (San José, Costa Rica: Editoriales Universitarias Públicas Costarricenses, 2016), 352.

³⁴⁸ Ibid., 353-354.

En relación con el crecimiento industrial la enseñanza secundaria cobra protagonismo en esta época, pues desde los años cincuenta se empieza a favorecer la creación de nuevas modalidades de educación secundaria como: los colegios nocturnos y técnicos o vocacionales, con el fin de insertar a los jóvenes en el mercado laboral vinculado al industria y servicios. Esto constituyó parte de la estrategia social liberacionista para combatir la pobreza en el país³⁴⁹.

En este sentido, la educación secundaria se expande importante entre 1950 -1956 cuando la cantidad de estudiantes que pasan de sexto a colegio se incrementa de 45,9% a 73,1% y al término de la década en 1958 llega al 85%³⁵⁰. No obstante, el aumento decisivo de la cobertura en secundaria sucede entre 1970 y 1979 cuando se pasa de 35,8% a 62,1%, este incremento tiene relación con el impacto generado por la flexibilización de evaluación en época con la eliminación de la prueba de bachillerato en 1974 y el bachillerato por madurez; y con el cambio en la estructura de edades³⁵¹. Esto último se refiere al fenómeno del baby *boom* sucedido en la época de la posguerra que provocó un incremento importante en la cantidad los niños del país³⁵². Sin embargo, en los años setentas la presión demográfica de niños entre 7 y 12 años lo que conduce a la creación de más colegios que escuelas en esta época³⁵³. Por último, es importante mencionar que, esta expansión de la educación secundaria se da principalmente en las zonas urbanas pues, los jóvenes de clase media de estas zonas eran los que tenían mayor acceso a esta formación académica³⁵⁴.

Como parte de este proceso de expansión en la educación se crea en esta época otro tipo de institución orientada a la capacitación técnica que es El Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) fundado en 1965 producto del ingreso al MCCA y la promoción industrial de ese momento³⁵⁵. Esta institución recibió 261.837 trabajadores-estudiantes entre 1964-

³⁴⁹ Molina, *La educación en Costa Rica de la época colonial al presente*, 366.

³⁵⁰ Ibid., 361-362.

³⁵¹ Ibid., 365-366.

³⁵² Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica. El comercio y los mercados en Costa Rica*, 492.

³⁵³ Molina, *La educación en Costa Rica de la época colonial al presente*, 362-363.

³⁵⁴ Ibid., 361.

³⁵⁵ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 491.

1979³⁵⁶. Por ende, este vino a ofrecer una opción educativa más, junto con los colegios vocacionales y nocturnos para la población joven.

La mencionada expansión de la educación secundaria desde la década de 1950 hizo necesaria la creación de más instituciones universitarias en el país. En los años setentas se fundan el Instituto Tecnología de Costa Rica (ITCR), la Universidad Nacional (UNA) y la Universidad Estatal a Distancia (UNED) y esto demuestra la preocupación en esta época por dar una mayor oferta de educación superior a la población joven con educación secundaria completa, para evitar que esta quedara desfasada y pudiera incorporarse al mundo laboral, en otras palabras, había un desvelo por consolidar una sociedad basada en el trabajo formal al concentrarse en la formación de profesionales en áreas técnicas, de administración y docencia³⁵⁷.

2.3 Mejoras socio-laborales en el Estado de bienestar

El crecimiento del aparato estatal y de los trabajadores asalariados implicó mejoras en la legislación laboral de inicios de siglo XX que después dieron con la creación en la secretaria de Estado de los Despachos de Trabajo y Previsión Social en 1928³⁵⁸. Dentro de las leyes de mayor importancia a principios de los años veinte se puede mencionar la Ley No 100 de 1920 fijó la jornada laboral en 8 horas³⁵⁹. En esta época se presenta, además, la idea de un Código de Trabajo, que se aprueba en 1943³⁶⁰. En la década de 1930 se crean leyes vinculadas a los salarios mínimos de ciertas ocupaciones relacionadas con el trabajo agrícola, la panadería y zapatería³⁶¹. Mientras, en 1940 se crea la Ley de Asistencia Social y Protección

³⁵⁶ Molina, *La educación en Costa Rica de la época colonial al presente*, 371.

³⁵⁷ Molina, *La educación en Costa Rica de la época colonial al presente*, 395. Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica. El comercio y los mercados en Costa Rica*, 492.

³⁵⁸ Jorge León y Gertrud Peters, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 473.

³⁵⁹ *Ibid.*, 476-477.

³⁶⁰ *Ibid.*, 477.

³⁶¹ *Ibid.*, 477.

Social que da origen a la Caja Costarricense del Seguro Social institución garante de seguridad social de la población trabajadora³⁶².

A mitad del siglo XX el Estado de bienestar produce una transformación social y política que mejorará el país, por medio de lo que el expresidente Figueres Ferrer denominó la fundación de La Segunda República, esto implicó la creación de una serie de instituciones como: el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE), el Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo (INVU), el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE), y el Servicio Civil³⁶³. Además, en esta época se incrementan los salarios para algunos sectores del Estado y se otorga un aumento del 10% en los pagos que recibían los trabajadores de la caña y el café³⁶⁴. No obstante, esta política de salarios crecientes pasa una alta factura más adelante con la crisis de la década de 1980, aunque hay que reconocer que de no ser por esta y las demás medidas sociales de ese tiempo Costa Rica no se hubiera caracterizado en esa época por ser el país con menor desigualdad social de la región³⁶⁵.

En la época posterior a 1950 se modifica el Código de Trabajo y se crean leyes nuevas. En 1954 se emite la Ley No 1835 Ley de pago de Aguinaldo para los servidores públicos Artículo 1º-Tendrán derecho a un sueldo adicional en el mes de diciembre de cada año, excepto si han servido menos de un año, en cuyo caso les corresponderá una suma proporcional al tiempo que hayan trabajado, los servidores públicos³⁶⁶. En 1959 se emite la Ley No 2412 Ley Pago de Aguinaldo a Servidores Empresa Privada³⁶⁷.

El señalar esta garantía laboral en este apartado es relevante porque es uno de los incentivos más importantes que poseen los trabajadores desde los años cincuenta para aumentar su consumo, y dinamizar el comercio del país como lo sugieren: Vladimir, de Cruz, Francisco Morales y Gilbert Brown en comentarios publicados en la prensa escrita. En el

³⁶² Ibid., 477.

³⁶³ Jorge Rovira, *Estado y Política Económica en Costa Rica 1948-1970*, 53-59.

³⁶⁴ Ibid., 52.

³⁶⁵ Leonardo Garnier, "La economía centroamericana en los ochenta: ¿nuevos rumbos o callejón sin salida?", en *Historia general de Centroamérica*, vol. 6 (España: Sociedad Estatal Quinto Centenario, 1993), 93.

³⁶⁶ Sistema costarricense de Información jurídica. Ley No 1835, 1954.

³⁶⁷ Sistema costarricense de Información jurídica. Ley No 2412, 1959.

caso de Vladimir de la Cruz, dice que, este derecho laboral consiste en: “un “obsequio”, que se entrega para distintas celebraciones, entre ellas la de Navidad”. Además, alega que, fue en la administración de Mario Echandi Jiménez, 1958-1962, cuando la Asamblea Legislativa, conformada mayoritariamente por partidarios de Liberación Nacional, que se aprueba la Ley 2412 que estipula el pago obligatorio de un mes adicional de salario, en todas las actividades económicas privadas del país, y públicas³⁶⁸. A pesar de haber sido vetada, la ley fue resellada en la Asamblea. De la Cruz lo señala como un triunfo político del Partido Liberación Nacional y de las clases trabajadoras y hoy lo destaca como un logro de todo el pueblo costarricense³⁶⁹.

Por otro lado, Francisco Morales, ex ministro de trabajo y agricultura de Costa Rica, manifiesta para el cincuenta y cuatro aniversario de la ley 2412 que, esta ley del diputado y expresidente de la República Luis Alberto Monge continúa trayendo satisfacción y alegría a millones de hogares en todo Costa Rica³⁷⁰. Mientras, Gilbert Brown ex secretario general de Sintrapequia, dice lo siguiente: “probablemente todas las personas asalariadas estamos pensando en cómo utilizar ese dinero, si destinarlo para pagar deudas, comprar regalos o aprovecharlo para algún arreglito de la casa”³⁷¹.

2.4 Aumento del consumo y del crédito para consumo

De acuerdo con Jorge León el crédito destinado al sector comercial aumenta a partir de los años cincuenta. Entre 1955-y 1969-1970 el crédito para comercio que incluye consumo y servicios presenta un comportamiento diverso, pero con una tendencia al alza principalmente en los años setenta, fue hasta 1980 que se experimenta una reducción producto de la contracción en la demanda provocada por la crisis³⁷². De acuerdo con Bethell,

³⁶⁸ Vladimir de la Cruz, “El aguinaldo es una conquista histórica y un triunfo del pueblo costarricense”, *La República*, miércoles 28 noviembre, 2018.

³⁶⁹ Vladimir de la Cruz, “El aguinaldo es una conquista histórica y un triunfo del pueblo costarricense”, *La República*, miércoles 28 noviembre, 2018.

³⁷⁰ Francisco Morales, “Ley Monge del Aguinaldo”, *Diario Extra*, sábado 21 diciembre, 2013.

³⁷¹ Gilbert Brown, “El aguinaldo: Una conquista histórica”, *Semanario Universidad*, 13 enero, 2009.

³⁷² Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 197.

este aumento en el crédito comercial sucede la mayoría de países de América Latina, especialmente en la segunda mitad de la década de 1960³⁷³.

En 1953 en el país surge la ley 1644, Ley Orgánica del Sistema Bancario Nacional, que regula las actividades de los bancos públicos o privados, comerciales o hipotecarios, se expone que los bancos comerciales son uno de los factores más importantes de la moderna organización económica ya que, su función más relevante es la de otorgar crédito³⁷⁴.

Con respecto a las funciones del Banco Nacional en 1951 Rafael Zúñiga y Jorge Rossi destacan:

“...el Banco del Estado vela por los intereses de todos los sectores de la economía nacional: la agricultura, la industria, y el comercio, los poderosos y los débiles, los productores de artículos para la exportación y los productores de artículos para el consumo doméstico”³⁷⁵.

En este sentido, la idea de un banco nacional era buscar el bien común no solo el de los grandes intereses generados alrededor de la agricultura y el comercio pues según León, después de 1948-1949 al transformarse las prioridades de la banca para beneficiar al sector agrícola y al industrial, el porcentaje del crédito bancario captado por el comercio disminuye considerablemente, pero no así en términos de montos totales de crédito recibido por el comercio³⁷⁶.

Luego de 1950 los Almacenes Generales de Depósito creados en 1915 adquieren importancia a nivel comercial. Estos eran instituciones auxiliares de crédito que no posee un fin meramente lucrativo, pues su función es dar servicios a los pequeños agricultores para depositar y conservar cosechas y financiar con los productos depositados sus necesidades³⁷⁷. Estos almacenes recibían productos agrícolas diversos, y otros bienes como jabón, velas,

³⁷³ Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, 143.

³⁷⁴ Manuel Chacón y Andrea Montero, *El Banco Nacional y el desarrollo económico de Costa Rica* (San José, Costa Rica: Imprenta Nacional, 2015), 52-53.

³⁷⁵ *Ibid.*, 85.

³⁷⁶ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 197.

³⁷⁷ Chacón y Montero, *El Banco Nacional y el desarrollo económico de Costa Rica*, 67.

papel, cueros, cemento, hierro, madera, vinos, aceites, licores entre otros. Además, de recibir y despachar productos en estos establecimientos se hacían descuentos con vales de prenda y se proveían préstamos³⁷⁸. En 1951 funcionaban siete almacenes con colaboración del Banco Nacional dos en San José, y uno en cada cabeza de provincia, menos Guanacaste. Ese mismo año el volumen crediticio fue significativo pues en total se dieron 2603 operaciones por un monto total de 25.091 .292,54 colones³⁷⁹.

En 1965 surgen nuevas iniciativas en el Banco Nacional para promover el desarrollo de los servicios ofrecidos por los Almacenes bajo el contexto del ingreso del país al MCCA. Puesto que, se esperaba el arribo de grandes volúmenes de mercadería y distintos bienes al país procedentes del resto de Centroamérica por lo que, era necesario abrirles espacio en las facilidades disponibles en ese momento. Esto lleva a la ampliación de antiguos Almacenes y la construcción de nuevos³⁸⁰.

En 1965 de acuerdo con la distribución de los productos en descuento llevados a cabo por los Almacenes de Depósito del Banco Nacional, el valor del descuento para el rubro mercadería importada para consumo fue de 7.615.028,97 colones. Al término de la década de 1960 en Costa Rica habían 12 Almacenes Generales, 9 del Banco Nacional y tres de particulares. La creciente demanda de estos obligó al Banco a gestionar la compra, ampliación y edificación de Almacenes³⁸¹. En la década de 1970 los Almacenes Generales se robustecen. Los rendimientos que recauda el Banco Nacional a través de los Almacenes de Depósito demuestran su éxito en los últimos años de ese decenio, mientras en los años ochenta a pesar de la crisis estos almacenes siguen funcionando, pero ciertas modificaciones³⁸².

A partir de 1947 el Banco Nacional establece la sección de Fomento de Cooperativas y es así como el crédito empieza a ofrecerse también por medio de cooperativas. Las colocaciones de crédito en el Departamento de Cooperativas del Banco Nacional incrementan

³⁷⁸ Ibid., 102-103.

³⁷⁹ Ibid., 103.

³⁸⁰ Ibid., 106.

³⁸¹ Ibid., 107.

³⁸² Ibid., 107-108.

entre los años cincuenta y sesenta. Posterior a 1955 hay un aumento en las solicitudes de crédito para Avío Cooperativo, que se concedieron a mediano plazo y para Fomento Cooperativo-Hipotecas Urbanas que se dieron a largo plazo. Sobre esto se expresó:

“Estos rubros de las colocaciones representan la ayuda efectiva que se está dando a varias cooperativas de producción agrícola, de consumo, transportes, ahorro y crédito, servicios, etc., además del asesoramiento técnico, organización contable y administrativa, educación cooperativa y todo lo que tienda al fomento de esta disciplina”³⁸³.

En 1959 el crédito brindado por el Departamento Cooperativo del Banco Nacional a las cooperativas de consumo fue de 54.750,00 colones y en 1960 fue de 49.250,00 colones y a las cooperativas de ahorro y crédito se les dio en esos mismos años 24.000,00 colones y 52.500,00 colones respectivamente. Ambos rubros indican la consolidación del entramado que hace posible la expansión del consumo. En 1964 la Memoria del Banco Nacional señala que el Banco Internacional de Desarrollo dio un crédito de 1.000.000 dólares al Departamento de Crédito³⁸⁴. En ese mismo año, 80 cooperativas se distribuyeron en el territorio nacional y especialmente fueron Cooperativas de Ahorro y Crédito (53,75%), seguidas por Cooperativas Agrícolas (27,5%)³⁸⁵.

A fines de los años setentas el mercado interno, producto de la crisis económica, deja de extenderse. Las importaciones de materias primas crecen, así como el déficit fiscal y comercial, se realza la dependencia externa y las variaciones en los precios impactan el sector agropecuario. A pesar de lo anterior las importaciones de bienes industriales, continúa aumentando con rapidez, porque su consumo crece más rápido que su producción interna y también porque la capacidad de producirlos depende de la importación de importantes cantidades de materias primas, herramientas y maquinaria industrial³⁸⁶.

En la época previa a 1980 la banca tiene una importante dirección del Banco Central que fija las tasas de interés activas y pasivas, y fiscaliza de forma importante la asignación

³⁸³ Ibid., 115.

³⁸⁴ Ibid., 117.

³⁸⁵ Ibid., 118.

³⁸⁶ Ibid., 138.

del crédito que se daba a cada actividad económica, dando preferencia a las actividades productivas agropecuarias e industriales. Sin embargo, producto de esta crisis luego de 1984 comienza una estrategia de liberalización y desregulación financiera³⁸⁷.

En resumen, el crédito comercial a partir de los años cincuenta crece de forma significativa, a pesar de compartir espacio con el crédito para el sector agropecuario y el industrial. En este sentido, la disponibilidad de crédito para el comercio, gana importancia en la economía nacional, específicamente a partir de los años cincuenta.

III. El nuevo tipo de vivienda y estilo de vida

De acuerdo con Inés Pérez uno de los cambios más importantes a mitad de siglo XX sucedido en Argentina y el resto de América Latina fue la transformación habitacional y la expansión de un nuevo estilo de vida³⁸⁸. Esta autora destaca que, esta nueva arquitectura doméstica va de la mano con el modelo de familia nuclear. La característica que define este nuevo tipo de vivienda, según Pérez, es que todos sus aposentos se encuentran dentro de una sola pieza, y cada uno de estos tiene su propia función. Para probar lo anterior, esta autora señala que, en esta clase de viviendas, sería ilógico, por ejemplo, comer en el baño³⁸⁹.

Pérez indica que, este nuevo tipo de vivienda se diferencia al tipo de vivienda anterior, donde era usual que lugares como el baño y la cocina estuvieran fuera de la planta principal de la estructura³⁹⁰. Según esta misma autora, la expansión de este nuevo tipo de vivienda significó la adopción de un nuevo estilo de vida y nuevos comportamientos sociales como, la disminución del tamaño de las familias y el aumento del consumo de bienes

³⁸⁷ Ibid.,141.

³⁸⁸ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana*, 50.

³⁸⁹ Ibid., 51.

³⁹⁰ Ibid.

industrializados³⁹¹. En este sentido, Inés Pérez señala que, el mayor acceso a esta clase de vivienda fue indicio también de una creciente “democratización del bienestar”³⁹².

Siguiendo a esta misma autora, el nuevo modelo de cocina se basa en aspectos tayloristas de la eficiencia como: la cadena de montaje, la continuidad de superficies de trabajo y la racionalización de los movimientos. Pues, esta debe contar con diferentes campos de trabajo bien delimitados: el de preparación, el de lavado, el de cocinado y el de servicio con un orden de derecha a izquierda³⁹³. Este tipo de cocina se observa la Figura 2.1 tomada del diario *La Nación* de 1953, donde se aprecia se aprecia una cocina organizada con armarios y repisas. De hecho, se observa una mujer haciendo uso de una batidora sobre una de las repisas diseñadas para la preparación de alimentos.

Figura 2.1



Fuente: *La Nación*, martes 16 de junio, 1953, p. 21.

³⁹¹ Ibid., 42.

³⁹² Ibid.

³⁹³ Ibid., 76.

De acuerdo con Pérez, en este nuevo tipo de vivienda la cocina adquiere un lugar central a partir de la década de 1950 en Argentina porque, se empieza a relacionar con temas que adquieren mayor importancia en la sociedad a partir de esa época como: la salud pública, la moral familiar, el ahorro, el consumo las labores domésticas³⁹⁴. Según Pérez el que la cocina tecnificada se convierta en el “corazón” del hogar, contribuye en esta época a aumentar el consumo doméstico, ya que demanda de una serie de bienes y productos industrializados para su funcionamiento³⁹⁵.

Por último, Pérez indica que, el acceso a servicios públicos fue también un factor esencial en el cambio hacia nuevos estilos habitacionales y formas de vida. Por ejemplo, la autora señala que, la utilización del gas o electricidad en lugar de otros combustibles, la comodidad de abrir una llave y tener agua, formaron parte de una innovación en el trabajo doméstico tan importante como la propiciada por los electrodomésticos³⁹⁶. En resumen, para Pérez la transformación de la vivienda tuvo un rol vital en la creación de un nuevo estilo de vida a partir de los años cincuenta en Argentina³⁹⁷. A pesar de que esta autora, indica todo esto basado en el caso argentino, esta transformación aplica para el resto de América Latina.

3.1 La vivienda compacta y los electrodomésticos

De acuerdo con Pérez, a partir del fenómeno global de industrialización de mitad de siglo XX se da un abaratamiento de los bienes durables vinculado con el aumento de su producción³⁹⁸. Según Lawrence- Zúñiga en esta época, “el potencial de la máquina fue esencial para la transformación del hogar, estructurado antes como centro de producción, y ahora foco de consumo”³⁹⁹. Estas máquinas, según Pérez⁴⁰⁰, produjeron importantes cambios en la forma de realizar el trabajo doméstico, así como en el tiempo y esfuerzo implicado en este. En este sentido, estas novedades técnicas prometían mejorar el nivel de vida.

³⁹⁴ Ibid.,72.

³⁹⁵ Ibid., 98-99 y 107.

³⁹⁶ Ibid., 119.

³⁹⁷ Ibid.,59.

³⁹⁸ Ibid., 112.

³⁹⁹ Citado por Inés Pérez en, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana*, 110.

⁴⁰⁰ Ibid.

Con la difusión de estos artefactos se propaga el estilo de vida denominado *the american way of life* o estilo de vida americano, a lo largo de Europa y América Latina, que promueve el ideal de bienestar doméstico de esa época. Estados Unidos desempeña un papel importante en la fabricación en masa de este tipo de bienes dedicados a la satisfacción y diversión familiar por eso se empieza a vincular “lo americano” con este estilo de vida⁴⁰¹. Este el estilo de vida es el mismo que defendió Nixon en el famoso “debate de la cocina” a fines de la década de 1950 con el fin de dejar claro que ese modo de vida, caracterizado por el uso de la electricidad y artefactos eléctricos, había logrado una importante posición a escala mundial ⁴⁰². De acuerdo con Pérez⁴⁰³, la difusión de estos artefactos, considerados símbolos del estilo de vida americano, se da por la imitación por parte de sectores medios y bajos hacia los sectores altos, que son los primeros en adquirir los bienes, tema que será retomado más adelante.

Según Bowden ⁴⁰⁴, los bienes eléctricos desde su creación se dividen en dos clases: los que ahorran el tiempo y los que entretienen, los primeros son bienes que reducen el tiempo implicado en una labor doméstica específica. Por ende, estos tienen la función de generar tiempo “libre” de uso discrecional. Inés Pérez⁴⁰⁵ apoya lo anterior al decir que, estos electrodomésticos se muestran como reemplazos del trabajo humano y “liberadores” de la mujer ama de casa, ya que a partir de su uso dispone de más tiempo para su familia. Mientras, los artefactos de entretenimiento son los que requieren del tiempo discrecional para ser utilizados. Por ejemplo, para usar placenteramente el radio o el televisor lo ideal es tener tiempo libre. Por último, la autora menciona que los bienes que ofrecen satisfacción son los que más difundidos.

⁴⁰¹ Ibid., 96-97.

⁴⁰² Ronald Tobey, *Technology as a freedom. The new deal and the electrical Modernization of the american home*. (Los Angeles, California: University of California Press, 1996), 1.

⁴⁰³ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana*, 118.

⁴⁰⁴ Sue Bowden y Avner Offer, “Household appliances and the use of time: the United States and Britain since the 1920s”, *The Economic History Review* 47, n.º 4 (1994): 728.

⁴⁰⁵ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana*, 126-127.

Inés Pérez⁴⁰⁶ indica para el caso argentino que, la correlación entre la aparición de artefactos de entretenimiento y el hogar no fue inmediata, porque usualmente los primeros contactos con estos se dieron en grupos que trascendían los núcleos familiares. Dichos artefactos, señala la autora, colaboraron con la conformación de un mercado de consumo nacional y con la difusión de un nuevo estilo de vida.

Pérez ⁴⁰⁷ también menciona que, durante esta época, las familias argentinas de clase media comienzan a priorizar el entretenimiento dentro del hogar dado que, los sectores populares acaparan los espacios públicos de recreación como: cines, teatros, restaurantes, bailes entre otros. Por consiguiente, la recreación dentro del hogar se convierte en objeto de diferenciación social. Aunque esto se señala para Argentina este fenómeno se puede extender al resto de América Latina.

Por último, esta autora⁴⁰⁸ sugiere que, la introducción de esta clase de artefactos al hogar reforzó la desigualdad social y la de género, porque el trabajo doméstico, aun con el surgimiento de estos artefactos, continuó recargándose sobre las mujeres, tema que se retoma en el siguiente capítulo.

3.2 La vivienda compacta y los cambios en el consumo alimentario y textil

Este nuevo estilo de vida también tuvo relación con las transformaciones en el consumo de alimentos y prendas de vestir. De acuerdo con Contreras⁴⁰⁹, a partir de fines de la década de 1950 en España, las transformaciones económicas como, el crecimiento económico, la urbanización, industrialización y salarización; los cambios demográficos como la baja en la natalidad y la dimensión de las familia; los cambios sociales y culturales como, el aumento del trabajo remunerado de la mujer fuera del hogar, el aumento de la escolarización de los hijos, las alteraciones en los tiempos de trabajo y en los ritmos sociales sucedidas en todo el mundo occidental tuvieron un estrecho vínculo con las transformaciones

⁴⁰⁶ Ibid.,171 y 173.

⁴⁰⁷ Ibid.,180-182.

⁴⁰⁸ Ibid., 110.

⁴⁰⁹ Jesús Contreras, “Cambios sociales y cambios en los comportamientos alimentarios en la España de la segunda mitad del siglo XX”, *Anuario de Psicología. Universidad de Barcelona* 30, n.º 2 (1999), 28-31.

alimentarias de la época que tienen que ver con el aumento del consumo de alimentos industrializados.

Contreras también sugiere que este tipo de alimentos se comienzan a preferir debido a que las mujeres, en especial las que trabajan fueran del hogar, empiezan a necesitar de alimentos que ahorren tiempo en la preparación y la limpieza de la cocina. Las labores de limpiar, pelar y trocear alimentos pasan a ser objeto de la industria. Estas transformaciones dan origen a los que Contreras llama la “nueva ama de casa” que adquiere cada vez más alimentos procesados con el fin de disminuir tiempo en la cocina y así como la frecuencia de las compras. En resumen, la industrialización de los alimentos se considera de uno de los cambios más significativos de esta época ya que, modifica la alimentación de la población, así como el comercio al adquirir protagonismo los grandes supermercados y centros comerciales⁴¹⁰.

Asimismo, la vestimenta manufacturada se convierte en parte importante de este nuevo estilo de vida basado en el uso de bienes industriales. De acuerdo con Jorge León⁴¹¹, el aumento de la comercialización de prendas de vestir industrializadas sucede por el abaratamiento de bienes industriales de mitad de siglo XX, debido a de la aparición de nuevas técnicas de fabricación en los países industrializados.

3.3 La expansión de la vivienda compacta en Costa Rica

De acuerdo con Lawrence- Zúñiga⁴¹², el papel de la expansión de viviendas en esta época revela la existencia de una significativa mejora de las condiciones de vida de las personas y ha sido el factor más notable, extendido y homogeneizador en cuanto a la vida familiar del siglo XX. En 1954 el ministro de Economía de Costa Rica expresaba lo siguiente sobre la mejora de las condiciones de vida de las personas.

“... al capacitar a nuestra población para consumir más, al darle mayor poder adquisitivo, les estamos abriendo la puerta a los hombres de empresa para nuevos y más amplios negocios. Y estamos

⁴¹⁰ Ibid., 30-32.

⁴¹¹ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 88.

⁴¹² Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970*, 41.

contribuyendo así, al impulsar el giro de nuestra economía, a un reparto más equitativo de la riqueza, con más amplios y generales beneficios para todos”⁴¹³.

La expansión de viviendas de tipo compacto está incluida dentro de esta lógica de progreso material de las personas, vinculada con el aumento de la capacidad de consumo. En ese sentido, a partir de los años cincuenta se promueve un modelo de vivienda que va mejorar la calidad de vida de las familias y va a estimular el consumo doméstico.

El papel del Estado dentro de la expansión de esta clase de viviendas se evidencia en el discurso de cambio social que se difunde en esa época.

El 8 de noviembre de 1953, dijo José Figueres en su Mensaje Presidencial:

Dotar de casa propia a la clase media y al obrero urbano, mejorar el alojamiento del campesino, son requerimientos inaplazables de toda moderna política social. Nosotros la emprenderemos vigorosamente en Costa Rica, donde ya es evidente que el problema de la vivienda constituye motivo de angustia para una buena parte de la población⁴¹⁴.

Mientras a continuación se muestra un extracto de la reflexión que escribe Jorge Rossi ministro de Economía y Hacienda en 1954 para la primera memoria del Instituto de Vivienda y Urbanismo (INVU).

El problema de la vivienda es uno de tantos que agobia al mundo. En Costa Rica, miles de seres humanos habitan los más inmundos tugurios, sin luz y sin aire. Muchos niños harapientos, viven en la promiscuidad más absoluta, en una pieza en que se concentra toda la vida de la familia. Algunos viven debajo de los puentes. Desde el extremo inferior de nuestro conglomerado hasta el oficinista modesto, el obrero industrial que ha podido economizar sus pequeños ahorros y el elemento de medianas posibilidades que vive una vida más desahogada, todos necesitan del aporte del Estado para construir su hogar. El Instituto Nacional de

⁴¹³ Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1954, 4.

⁴¹⁴ Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1954, 1.

Vivienda y Urbanismo que hemos proyectado y cuyo estatuto formativo os acompañamos, habrá de dárselos con el tiempo en la forma y condiciones que las circunstancias lo permitan”⁴¹⁵.

De acuerdo a la memoria del INVU de 1964 en Costa Rica había aproximadamente 500 mil personas que habitaban en viviendas inadecuadas. En la Figura 2.2 tomada de esta misma memoria, se observa el hacinamiento, la falta de divisiones y de orden en general. Al pie de la imagen se hace hincapié en que el país debe reunir esfuerzos para dar una vivienda digna a estos costarricenses. Esto último es lo que discursos anteriores enfatizan, en el rol de Estado como garante del acceso a mejores condiciones de vida.

Figura 2.2



**Más de 500.000 costarricenses viven así y merecen una vivienda digna.
Para ello es necesario la colaboración de todos los sectores del país.**

Fuente: Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo, 1964.

En 1954 se decreta en Costa Rica la Ley orgánica del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo que da origen a esta institución, destinada a solucionar el faltante de vivienda en el país. Este era uno de los grandes desafíos que enfrentaba el Estado en aquel momento. La memoria del INVU de 1954 señala que, la “Technical Cooperation Administration” del

⁴¹⁵ Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1954, 2.

Departamento de Estado de los Estados Unidos, determinó que ni contando con todo el presupuesto nacional se cubrirían las necesidades de vivienda que tenía el país en esa época.⁴¹⁶

En la Figura 2.3 se muestra un ejemplo de las ciudadelas que comienza a construir el INVU, con viviendas de concreto con un espacio prudente entre una y otra, con aceras y áreas verdes bien delimitadas que terminaban de armonizar el complejo residencial. En la parte inferior de imagen se hace mención al Artículo 65 de la Constitución Política que dice: “El Estado promoverá la construcción de viviendas populares”.

Figura 2.3



El Estado promoverá la construcción de viviendas populares...
- Constitución Política. Art. 65 - 1949 -

Fuente: Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo, 1964.

⁴¹⁶ Primera Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1954, 3.

En los primeros diez años (1954-1964) de funcionamiento del INVU el tema central fue la construcción de viviendas de bien social. En esta primera etapa su política se basó en el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas más vulnerables, por ende, se particulariza por la erradicación de tugurios ⁴¹⁷. En las Figuras 2.4 y 2.5 que pertenecen a la memoria del INVU de 1964 se muestran unos tugurios urbanos, en los que sobresale el desorden y la miseria que caracteriza esta manera de habitar espacios físicos y con la que se pretendía acabar en esta época. En la Figura 2.5 se muestra la destrucción de un tugurio josefino en el año 1964.

Figura 2.4



Fuente: Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo, 1964.

⁴¹⁷ Memoria Conmemorativa del 50 aniversario de INVU 1954-2004.

Figura 2.5



Fuente: Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo, 1964.

Estos lugares eran los que se querían sustituir por ciudadelas debidamente planificadas como la contenida en la Figura 2.6 que se muestra como un complejo habitacional ordenado con viviendas debidamente espaciadas, con áreas verdes y con sitios de juego para niños bien establecidos. Esta imagen definitivamente contrasta con las de los tugurios de las Figuras 2.4 y 2.5. En la parte inferior derecha de esta imagen se señala que, este tipo de ambiente es el ideal para que crezcan satisfactoriamente las nuevas generaciones y luego logren contribuir con el progreso del país. En una disertación del ministro de Economía de Costa Rica en 1954 se vuelve a reconocer la importancia de la vivienda, al presentarla como una de las necesidades esenciales de todas las familias del país⁴¹⁸.

⁴¹⁸ Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1954, 6.

Figura 2.6

Fuente: Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo, 1964.

En la segunda década (1964-1974) el INVU se robustece con la creación de más leyes, tales como:

- Ley de Propiedad Horizontal, (1966);
- Ley de Planificación Urbana, noviembre (1968);
- Código Municipal, mayo (1970)⁴¹⁹.

Junto a este énfasis en la construcción de viviendas adquiere relevancia el Sistema de Ahorro y Préstamo que inicia funciones en 1955. El propósito principal de dicho sistema fue recolectar recursos del público para financiar diferentes proyectos de vivienda ⁴²⁰. A diferencia de las casas de bien social, las casas financiadas con esta modalidad de préstamo y ahorro, eran de mayor dimensión como se muestra en las imágenes 2.7 y 2.8. En este par de imágenes presentan dos tipos distintos de casa financiadas por el INVU ya que, este no se limitaba a hacer únicamente viviendas de bien social, sino que, también financia viviendas de clase media por medio del sistema de ahorro y préstamo. Estas casas como se observa eran de mayor dimensión que las viviendas populares.

⁴¹⁹ Memoria Conmemorativa del 50 aniversario del INVU 1954-2004

⁴²⁰ Memoria Conmemorativa del 50 aniversario del INVU 1954-2004.

Figura 2.7

Viviendas financiadas por el INVU mediante el Sistema de Ahorro y Préstamo. Un sistema más para que cada familia construya su propia casa.



Fuente: Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo, 1964.

Figura 2.8

Fuente: Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo, 1964. Casa financiada por préstamo.

En la tercera década (1974-1984) de operación el INVU continúa ejerciendo un rol importante como desarrollador de proyectos de vivienda. En esta ocasión se estructura un triángulo constituido por el Ministerio de Vivienda y Asentamientos Humanos (MIVAH), el Banco Hipotecario de la Vivienda (BANHVI) y el INVU. El Ministerio como rector de directrices y políticas en materia de vivienda; el BANHVI como corporación financiera canalizadora de los fondos y dictaminadora de políticas financieras y el INVU operador de los programas de vivienda. Otro de los objetivos alcanzados en esta década, fue la

construcción de condominios o multifamiliares, que permitió proporcionar vivienda a mayor cantidad de familias en un espacio reducido⁴²¹. En la Figura 2.9 se observa parte del proceso de construcción de los edificios multifamiliares en el barrio Calderón Muñoz, se destaca el concreto como el principal material de construcción de este complejo habitacional. En resumen, el Estado intervino tanto en el financiamiento de viviendas como en la regulación y determinación de los espacios adecuados para proyectos de bien social.

Figura 2.9



Se observa en la gráfica anterior una parte de los Edificios Multifamiliares que la Empresa Constructora "C" S.A. construye para el Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo en el Conjunto Calderón Muñoz, con un costo aproximado de ₡8 500 000,00.

Fuente: Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo, 1974.

Los tipos de vivienda de viviendas compactas construidas por el INVU se observan en la Figura 2.10 donde están los planos de estas. Primero debe señalarse que los tres tipos de casa poseen tres habitaciones. Luego, el tipo 1 que es la más grande, con 81.01 m², tiene clósets, área de lavado y jardín; el tipo 3 también tiene área de lavado y el tipo 5 que es la de

⁴²¹ Memoria Conmemorativa del 50 aniversario del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1954-2004.

menor dimensión, con 51.52 m², no tiene cuarto de lavado. Estas medidas sugieren que estas viviendas eran diseñadas para familias pequeñas. Por ende, el INVU estaba propiciando en esta época, un nuevo ideal de familia.

Figura 2.10



Fuente: Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo, 1964.

Otro elemento importante de la casa compacta fue la fachada por ser un distintivo de valoración socioeconómico de las familias. De acuerdo con Georges⁴²² la fachada funciona también como un dispositivo normalizador que trasciende y articula una lógica cultural para las familias. En las Figuras 2.10 y 2.11 se evidencia la importancia que adquiere la fachada, en este nuevo tipo de viviendas, para generar un paisaje exterior armónico. A cada familia se le otorga la responsabilidad de cuidar la parte frontal de sus viviendas con el fin de generar

⁴²² Citado por Inés Pérez en, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana*, 58.

un efecto visual agradable la vista como se indica al pie de la Figura 2.10. En esta descripción se dice que el INVU contaba en 1955 con viveros para mantener las áreas verdes de las fachadas de las viviendas. En este sentido, esta institución promueve una nueva convivencia social basada en relaciones comunitarias armoniosas.

Figura 2.11



Fuente: Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo, 1955.

En la Figura 2.11, se muestran nuevamente fachadas decoradas con árboles y arbustos y se destaca en el comentario, del margen inferior derecho, la importancia de las familias en la labor de embellecer y mejorar las comunidades.

Figura 2.12

Fuente: Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo, 1964.

Además de lo anterior, el INVU establece en 1955 grupos organizados en las comunidades, con el fin de mantener un adecuado desarrollo de los proyectos habitacionales el INVU. En la Figura 2.13 se aprecia un grupo de mujeres de la Ciudadela Calderón Muñoz en compañía de una de las trabajadoras sociales de esta institución. Esto comprueba que el INVU no solo estaba construyendo viviendas sino también nuevas formas de convivencia comunal. En este caso a través de la organización de grupos de mujeres amas de casa. De acuerdo con una de las memorias del INVU, estos grupos propiciaban la creación de redes de apoyo para las mujeres ya que, se intercambiaban conocimientos en materia de economía doméstica⁴²³.

⁴²³ Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1955, 25.

Figura 2.13



Servicio Social. Algunas integrantes del grupo de Amas de Casas organizado en la Ciudadela Calderón Muñoz, en compañía de una de las Servidoras Sociales del INVU, muestran uno de los trabajos realizados.

Fuente: Memoria de Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo, 1955.

Otra forma de comprobar la expansión de las viviendas del INVU es por a través de los datos censales de la expansión de la vivienda propia. En el periodo 1963-1984 se observa un claro aumento en los porcentajes de hogares con vivienda propia a partir del 1973 los porcentajes de hogares con vivienda propia sobrepasan el 50%, los hogares que presentan los porcentajes más altos son los liderados por jefes con ocupaciones agrícolas, comerciales, profesionales y técnicas; y obreras (ver Cuadro 2.1). Lo que demuestra el importante impacto de la mencionada expansión de proyectos de vivienda por parte del Estado, emprendida a partir de 1954 con la creación del INVU.

Cuadro 2.1

Porcentajes de vivienda propia en Costa Rica, 1963-1984 según ocupación del jefe.

Ocupación del jefe	1963	1973	1984
Profesionales técnicos y ocupaciones afines	50,8	62,9	68,3
Gerentes administradores y directivos	51,6	56,9	64,5
Empleados de oficina y ocupaciones afines	51,0	57,1	70,1
Vendedores y ocupaciones afines	55,0	61,2	66,7
Agricultores ganaderos pescadores cazadores madereros, etc	68,3	69,5	74,8
Mineros canteros y ocupaciones afines	43,5	55,6	67,6
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	44,6	56,7	65,8
Artisanos y operarios ocupaciones relacionadas a la hilandería, etc	48,9	55,7	65,2
Otros artesanos y operarios	49,5	53,3	58,7
Obreros y jornaleros no especificados	40,9	58,0	65,1

Fuente: Centro Centroamericano de Población, censos 1963, 1973 y 1984.

3.4 Las transformaciones estructurales vinculadas al nuevo tipo de vivienda en Costa Rica 1953-1984

El modelo de vivienda compacta, caracterizado por tener una sola planta con distintos espacios bien definidos y cada uno con su propia función, según lo señalado por Inés Pérez, se convierte también en el tipo de vivienda que se expande en el país a partir de la década de 1950. Lo anterior trajo transformaciones estructurales vinculadas con: cambios en los materiales de construcción de las viviendas, en el servicio sanitario, la expansión de servicios de agua, electricidad y telefonía, que se detallan a continuación. Lo que se pretende en este apartado es demostrar que en el periodo 1963-1984 se materializa la transición hacia el nuevo estilo de vivienda compacta en el país, especialmente en las zonas urbanas.

3.4.1 Los cambios en el uso del material de viviendas en Costa Rica

A inicios de la década de 1960 en todas las regiones del país la mayoría de viviendas estaban hechas a base de madera (ver Cuadro 2.2). Dicha situación cambia en 1973 cuando se revela un aumento de viviendas de concreto y una disminución en las viviendas de madera, en mayor medida en las zonas urbanas del país. Lo cual tiene relación con la expansión de proyectos de viviendas a cargo del INVU desarrollados con fuerza en esta misma época. Mientras en las zonas rurales siguen predominando las casas de madera. No obstante, en 1984

en estas las viviendas de concreto incrementan de forma considerable tanto dentro como fuera del área metropolitana (ver Cuadro 2.2).

Cuadro 2.2

Viviendas según material de construcción por área y zona geográfica 1963-1984

		Madera			Concreto			Adobe y otro		
		1963	1973	1984	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Área metropolitana	Urbano	78,3	60,8	41,2	16,1	36,6	55,2	5,6	2,6	3,6
	Rural	83,9	82,3	69,8	4,7	13,0	25,3	11,4	4,7	4,9
Área no metropolitana	Urbano	80,7	73,1	50,7	8,2	21,4	45,0	11,1	5,4	4,3
	Rural	88,0	86,5	74,0	1,2	6,3	21,2	10,8	7,2	4,7

Fuente: Bases de datos de los censos de población y vivienda de 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

En el periodo 1963-1984 la vivienda de concreto adquiere un importante predominio. Dicho proceso es más notorio durante este periodo en las zonas urbanas del país, principalmente en la ubicada al interior del área metropolitana. En 1984 el aumento de este tipo de casas en el país se vuelve más notorio en las zonas urbanas. Por ejemplo, en la zona urbana metropolitana estas casas en esta época superaban el 50% del total de viviendas y en la zona urbana no metropolitana llegan al 45% de las viviendas, casi igualando el porcentaje de viviendas de madera (ver Cuadro 2.2).

En resumen, durante el periodo 1963-1984, el cambio más significativo hacia las viviendas de concreto se da en las zonas urbanas, el aumento de las casas de concreto empieza en 1963 en las áreas urbanas y después de 1973 en las áreas rurales, sin embargo, para 1984 en el área rural todavía predominan las casas de madera. Por último, en este mismo año, se observa una disminución de las casas de adobe en todo el país.

3.4.2 La transformación del tipo de sanitario en Costa Rica 1963-1984

En los primeros años de la década de 1960 las viviendas urbanas del país cuentan con sanitario conectado a tanque o cloaca. Fuera del área metropolitana la difusión del sanitario de cloaca o tanque fue un proceso que fue más lento. Por ejemplo, en estos años, las viviendas de la zona urbana no metropolitana muestran un rezago con respecto a las viviendas con este tipo de sanitario ubicadas en la zona urbana del área metropolitana. Mientras en esta misma

época, porcentajes de viviendas rurales con pozo negro superan los porcentajes de viviendas rurales con sanitario de cloaca o tanque (ver Cuadro 2.3).

Cuadro 2.3

Porcentajes de viviendas según tipo de sanitario por área y zona geográfica 1963-1984

		Cloaca/tanque			Pozo negro		
		1963	1973	1984	1963	1973	1984
Metropolitana	Urbano	69,8	80,7	94,3	28,3	13,6	4,9
	Rural	26,9	38,2	67,1	63,2	53,2	30,7
No metropolitana	Urbano	54,8	63,6	85,1	36,5	28,2	12,6
	Rural	8,7	15,6	42,9	49,4	56,2	49,9

Fuente: Bases de datos de los censos de población y vivienda de 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

Entre 1973-1984 aumenta la cantidad de viviendas con sanitario de cloaca o tanque en todo el país y disminuyen los porcentajes de casas con pozo negro. Esta transformación se acentúa en la década de 1980 cuando las viviendas urbanas del país con sanitario de tanque o cloaca sobrepasan el 85% del total de viviendas. Mientras, las viviendas rurales también tienen un importante aumento en el porcentaje de viviendas con sanitario de cloaca o tanque, pero sin alcanzar los porcentajes de la zona urbana (ver Cuadro 2.3). A inicios de los años ochenta, el pozo negro se encontraba en cerca de la mitad de las viviendas rurales, del área no metropolitana (ver Cuadro 2.3).

3.4.3 La expansión de servicio de agua en las viviendas de Costa Rica 1963-1984

Ya en los años sesenta se había generalizado el acceso al agua dentro de los hogares. Solo en el área rural no metropolitana mostraba un rezago (ver Cuadro 2.4). Esto señala que, previo a esta época el país había experimentado una expansión del servicio de acueductos y alcantarillados principalmente a nivel urbano. No obstante, una década más tarde, la zona rural fuera del área metropolitana supera el 50% de viviendas con red exclusiva de agua (ver Cuadro 2.4).

Cuadro 2.4

Porcentaje de viviendas según tipo de acceso a agua por área y zona 1963-1984

		Red exclusiva			Red compartida			Otros		
		1963	1973	1984	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Área metropolitana	Urbano	78,6	85,1	84,3	8,7	14,0	15,0	1,3	1,0	1,2
	Rural	76,1	80,3	78,8	8,7	13,4	16,3	6,5	6,3	4,8
Área no metropolitana	Urbano	74,2	85,5	89,8	8,8	11,6	8,7	2,9	2,8	1,5
	Rural	36,0	52,5	63,5	3,6	7,0	11,5	53,0	40,4	24,9

Fuente: Bases de datos de los censos de población y vivienda de 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

En 1984 la red exclusiva de agua se halla en cerca de dos tercios o más de viviendas del país (Cuadro 2.4). Sin embargo, desde los años sesenta el contar con agua de uso exclusivo de la vivienda era la norma en la mayoría de las viviendas de Costa Rica (Cuadro 3.2) El acceso al agua en el interior de las viviendas se convierte en esta época en requisito para poder concretar el nuevo estilo de vida. Pues como se mencionó antes, el acceso al servicio de agua en los hogares fue igual o más importante que la introducción de los electrodomésticos en el hogar.

3.4.4 La expansión del servicio de electricidad y telefonía en las viviendas de Costa Rica 1963-1984.

En 1949 se crea el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) y a partir de ese momento se impulsa con fuerza la extensión del servicio eléctrico en el país. El periodo de 1960 a 1990 fue el más importante en cuanto a la expansión del servicio eléctrico en Costa Rica, dado que, hasta el año 1960 se edifican importantes plantas hidroeléctricas, continuando la construcción de más obras hidroeléctricas entre 1970 y entre fines de 1980 y principios de 1990. Lo cual hizo posible a principios de los años noventa una cobertura eléctrica del 92.70% del territorio nacional⁴²⁴. Esto trajo un empuje a la industria nacional y una renovación en la dinámica de los hogares por la iluminación eléctrica y las comodidades derivadas del uso de electrodomésticos.

⁴²⁴ Carlos Fallas y Eunice Hernández, *Breve historia de la electrificación en Costa Rica 1884-1995*, Oficina de Patrimonio Histórico y Tecnológico (San José, Costa Rica, 1997).

La importancia que adquiere en esta época el acceso a la electricidad lo evidencia en el Plan Regulador de 1956 para el desarrollo urbano del Área Metropolitana donde se destacan como aspectos básicos, en cuanto a circulación y servicios, la colocación de: redes de calles y veredas, cañerías, cloacas, alcantarillas y energía eléctrica para suplir las necesidades de las diferentes zonas urbanas⁴²⁵.

Cuadro 2.5

Porcentajes de viviendas con electricidad según área y zona geográfica

		Tiene electricidad			No tiene electricidad		
		1963	1973	1984	1963	1973	1984
Área metropolitana	Urbano	96,0	98,0	99,1	4,0	2,0	0,9
	Rural	81,0	87,1	98,8	19,0	12,9	6,9
Área no metropolitana	Urbano	90,3	92,0	98,5	9,7	8,0	1,5
	Rural	27,0	39,3	76,5	73,0	60,7	36,5

Fuente: Centro Centroamericano de Población, censo de población y vivienda 1963, 1973 y 1984.

Desde inicios de los años sesenta el servicio de electricidad se encuentra en la mayor parte de viviendas del área metropolitana. Así como en la mayoría de viviendas de la zona urbana del área no metropolitana (ver Cuadro 2.5). De hecho, en los años setentas el aumento de este servicio incluso, produce una saturación eléctrica por el elevado uso de electrodomésticos como cocinas, calentadores de agua, y refrigeradores lo que lleva al ICE a poner en marcha una campaña para reducir el consumo eléctrico de los hogares lo que llevó a la mejora de los electrodomésticos para bajar el consumo eléctrico⁴²⁶. Lo cual demuestra la relación entre la expansión de la electricidad y la transformación tecnológica sucedida en los hogares en aquella época.

De nuevo la zona rural fuera del área metropolitana, es la que muestra en todo el periodo un atraso con respecto al proceso de expansión eléctrica de la zona urbana. En 1984 por ejemplo, aproximadamente una cuarta parte de las viviendas rurales no metropolitanas, no tienen electricidad (Cuadro 2.5).

⁴²⁵ Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1956, 25.

⁴²⁶ Gerald Foley, "The cooperative experience in Costa Rica", en *The challenge of rural electrification. Strategies for developing Countries*. (Washington, D.C.: Resources for the future, 2007), 25.

En el caso de la expansión de la telefonía fija este fue un proceso más tardío que el de la expansión de la electricidad. En el país la telefonía en esta época estaba poco generalizada, los porcentajes de viviendas con telefonía se ubican en las zonas urbanas, especialmente en las del área metropolitana. Por ejemplo, en la década de los setentas menos de la mitad de las viviendas de la zona urbana del área metropolitana tenían teléfono, fue hasta una década después que las viviendas con teléfono de esta zona superan ligeramente el 50% (Cuadro 2.6).

Cuadro 2.6

Porcentajes de viviendas con teléfono según área y zona 1973-1984

		Tiene teléfono		No tiene teléfono	
		1973	1984	1973	1984
Área metropolitana	Urbano	30,0	53,7	70,0	46,3
	Rural	5,6	19,4	94,4	80,6
Área no metropolitana	Urbano	11,3	35,9	88,7	64,1
	Rural	0,9	7,2	99,1	92,8

Fuente: Centro Centroamericano de Población, censos de población y vivienda 1973 y 1984.

No obstante, lo que se destaca acá es que, el proceso de difusión telefónica, al igual que el resto de servicios, más el uso generalizado del concreto como material de construcción y del sanitario de cloaca, dio inicio en las zonas urbanas. Esto refleja que la transformación acontecida en esta época, en la estructura de las viviendas y, por ende, en el estilo de vida fue un fenómeno urbano, que paulatinamente se extendió al resto de zonas y regiones del país. Este es un estilo de vida que se caracteriza por la mayor preferencia de viviendas de concreto con sanitario vinculado a tanque o cloaca, con servicio de agua exclusivo, con telefonía fija y por supuesto con electricidad, para el uso de artefactos eléctricos que hicieron del entorno doméstico, un sitio más privado y al mismo tiempo interconectado con sus similares.

IV Expansión del consumo doméstico de bienes industriales en Costa Rica asociado a la vivienda compacta

Este apartado analiza la expansión del consumo de electrodomésticos, alimentos procesados, y vestimenta manufacturada a partir de un análisis que abarca tanto el área metropolitana como el área fuera de esta⁴²⁷. Esto con el fin de evidenciar la transformación que este tipo de bienes trajeron a los hogares costarricenses después de la segunda mitad del siglo XX.

4.1 Expansión del consumo de electrodomésticos en Costa Rica

En Costa Rica a partir de la década de 1960 se experimenta una expansión tanto en la oferta como en el consumo de electrodomésticos. Como parte de este proceso en 1961 se funda en Atlas Eléctrica SA, empresa dedicada a la fabricación de electrodomésticos. Con motivo de conmemoración de sus 15 años de funcionamiento el Gerente General de esta empresa, en aquel entonces, el señor Fred Aspinall expresó las siguientes palabras:

A finales de 1960 el finado Robert Willams trató de hacer unos congeladores comerciales utilizando fibra de vidrio en su construcción. Estos intentos fracasaron y entonces Robert propuso a Richard Bleck y a mi fabricar un par de congeladores. Después de dos meses y con una inversión inicial 5000 colones, el Sr. Williams había fabricado los dos congeladores que, aunque no eran muy allá, trabajaron y se lograron vender⁴²⁸.

Posteriormente, incursionan en la fabricación de refrigeradores domésticos y cocinas al establecer alianzas comerciales con *Admiral* y *Kelvinator*. Sobre esto el Gerente General destacó: “esto fue un éxito rotundo y en tres años habíamos logrado conquistar la mayoría del mercado de las cocinas eléctricas de Costa Rica”⁴²⁹. Otra empresa local dedicada a la fabricación de refrigeradores en esta época fue, Refrigeradores de Centroamérica, S.A. bajo

⁴²⁷ Debido al tipo de fuentes, el estudio del consumo de alimentos procesados y vestimenta manufacturada únicamente se limita al área metropolitana del país.

⁴²⁸ El Excélsior, “Quince años de exitoso esfuerzo Atlas Eléctrica, S.A.”, jueves 24 junio 1976, p.4-5.

⁴²⁹ El Excélsior, “Quince años de exitoso esfuerzo Atlas Eléctrica, S.A.”, jueves 24 de junio de 1976, p 4 y 5.

la marca *Recasa*. En una de sus publicidades se dice lo siguiente: “...la primera cocina eléctrica porcelanizada de precio económico, fabricada en Costa Rica...!”⁴³⁰. La aparición de este tipo fábricas a nivel nacional coincide con el importante desarrollo industria metal-mecánica en el periodo 1951-1957, cuando esta obtuvo una tasa de crecimiento anual del 18%. Dentro de esa rama industrial se encuentra la subrama de Maquinaria eléctrica y Talleres que demostró un crecimiento individual significativo en la época comprendida entre la década de 1950 y 1960⁴³¹.

La importancia que tuvo la industria costarricense en la expansión de estos electrodomésticos tiene que ver con que las empresas locales ofrecían a los consumidores precios más cómodos que los electrodomésticos de manufactura extranjera. Por ejemplo, en 1974 una cocina de la marca centroamericana *Recasa* costaba de contado 287,1 colones mientras, en ese mismo año una cocina americana *Admiral* costaba de contado 6100 colones⁴³². Otro mecanismo utilizado en el país para expandir los electrodomésticos aparte de ofrecer precios baratos, fue el crédito, retomando el ejemplo de la cocina *Recasa* de 287,10 colones, esta también se ofrecía en 1974 a crédito, con una prima del 10% y con cuotas de 102 colones mensuales⁴³³.

En un estudio Viales y Delgado⁴³⁴ muestran que, en 1963 los hogares localizados en las partes urbanas de los cantones con aumento de población, mejoran en esa época su grado de bienestar y riqueza. Para medir el bienestar ellos consideran las siguientes variables: agua, alfabetización, muertos, radio, electricidad y estado de vivienda. Mientras que, para medir la riqueza las variables tomadas en cuenta son: cepillo eléctrico, refrigerador, televisor,

⁴³⁰ La Nación, jueves 14 de febrero de 1974, pág., 15.

⁴³¹ Jorge León, Nelson Arroyo y Andrea Montero, Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. La industria en Costa Rica en el siglo XX ,140.

⁴³² La Nación, martes 16 de diciembre de 1974, p.25. y domingo 21 de diciembre, p.5.

⁴³³ La Nación, martes 16 de diciembre de 1974, p.25.

⁴³⁴ Francisco Delgado y Ronny Viales, “Estadísticas y trayectoria histórica de la desigualdad y la exclusión social y económica en Costa Rica, 1864-1950. Propuesta de un índice histórico de desigualdades.”, en *Historia de las desigualdades sociales en América Central. Una visión interdisciplinaria siglos XVIII-XXI* (San José, Costa Rica: Centro de Investigaciones de América Central, 2016), 97.

urbanización, densidad y alcantarillas. De acuerdo con esta investigación, la desigualdad disminuye en el país en los años sesenta, especialmente en las áreas urbanas.

El considerar la tenencia de ciertos electrodomésticos como señal de ascenso social, evidencia el importante papel que estos artefactos adquieren dentro de la expansión del bienestar, a partir de 1960. El aumento en el consumo y por en el bienestar también está asociado en esta época a la migración hacia las ciudades, sucedida entre 1950 y 1975, que trajo un elevado crecimiento urbano y suburbano en el Valle Central⁴³⁵.

Como parte del proceso de expansión de los electrodomésticos en la década de 1950 comienzan a darse demostraciones de electrodomésticos en el país, especialmente en el mes de agosto cuando se celebra el Día de la Madre, con el fin de promocionar electrodomésticos como obsequios. Esta clase de actividades sugieren que los electrodomésticos en esta época eran considerados innovaciones en proceso de difusión. En términos de Rogers Everett ⁴³⁶, para que un proceso de difusión de consumo ocupe lugar debe haber un producto innovador, que es adquirido primero por un reducido grupo social, al que Everett denomina “innovadores”, los grupos que después de estos adquieren el bien innovador, el autor les llama “seguidores” y los que lo adquieren después de estos últimos Rogers les identifica como, “seguidores tardíos”. Este proceso se caracteriza porque primero la curva de difusión se eleve y luego llegue a una estabilización, que ocurre según Rogers, cuando son menos los individuos o grupos que no adoptaron una determinada innovación⁴³⁷.

Un ejemplo de estas demostraciones sucede en 1955 en San José específicamente en el Teatro Coliseo bajo el auspicio del *Almacén Koberg*, con el objetivo de mostrar el funcionamiento de las licuadoras *Osterizer* (Figura 2.14). En ese mismo año los distribuidores Rivera y Alonso y Librería González en Cartago se anuncia la demostración de la batidora eléctrica *Osterizer* en el Club Sport Cartaginés a cargo de una demostradora internacional (ver Figura 2.15). Lo anterior demuestra el revuelo que causaron estas novedades eléctricas en los años cincuenta.

⁴³⁵ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 488-489.

⁴³⁶ Rogers M. Everett, *Diffusion of innovations*, 5.a ed. (New York: Free Press, 2003), 43.

⁴³⁷ *Ibid.*

Figura 2.14



RECORDAMOS
A LAS SEÑORAS AMAS DE CASA
que hoy tendrá lugar la última
Demostración Práctica

Osterizer
MARCA REGISTRADA

Se elaborarán
NUEVAS RECETAS

Lugar de las demostraciones:
TEATRO COLISEO
a las 2.30 p. m.

Entre las presentes se rifarán objetos muy útiles y bonitos.—

KOBERG

Fuente: *La Nación*, jueves 11 agosto 1955, p. 31.

Figura 2.15



EN CARTAGO
MAÑANA VIERNES, EN EL
CLUB SPORT CARTAGINES

A las 2.30 de la tarde se llevarán a cabo las demostraciones prácticas con la maravillosa batidora eléctrica

Osterizer
MARCA REGISTRADA

A CARGO DE LA DEMOSTRADORA INTERNACIONAL
SRA. ANA JULIA de LONDOÑO
Adquiera su OSTERIZER

— donde —
RIVERA y ALONSO —::— LIBRERIA GONZALEZ

Fuente: *La Nación*, jueves 11 agosto 1955, p. 34.

A continuación, se analiza la extensión del consumo de la cocina, lavadora y refrigeradora en Costa Rica, en el periodo 1963-1984.

4.1.1 Expansión de la cocina, lavadora y refrigeradora 1963-1984

En el proceso de expansión de la cocina eléctrica, los hogares metropolitanos con jefes localizados en las tres primeras categorías laborales, que son las que requieren mayor nivel de educación, son las que experimentan menores cambios en la tenencia de este electrodoméstico. Además, son las que representan los más altos porcentajes de tenencia de cocina eléctrica. Pues desde inicios desde los años sesenta, estos grupos habían llegado a niveles cercanos y por encima del 90% de posesión de cocina (Cuadro 2.7). De acuerdo con la mencionada teoría de Everett sobre la difusión, estos grupos corresponden a los innovadores. Los hogares metropolitanos con jefes ocupados en trabajos de menor escolaridad, y los hogares no metropolitanos con jefes ubicados en puestos de trabajos de mayor grado de escolaridad, conformaron el segundo grupo con los porcentajes más altos de tenencia de estos artefactos. En términos de Everett estos serían los seguidores en este proceso de difusión.

Es importante mencionar que, los cambios más intensos sucedidos en el proceso de expansión de la cocina eléctrica se dieron entre 1963- 1973 en los hogares metropolitanos y no metropolitanos sostenidos por jefes ubicados en las ocupaciones de menor grado de educación tales como: agricultores, ganaderos, conductores de transporte, artesanos, obreros y jornaleros (Cuadro 2.7).

Cuadro 2.7

Porcentajes de hogares con cocina eléctrica según ocupación del jefe, 1963-1984

Categorías de ocupación	Área metropolitana			Fuera del área metropolitana		
	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Profesionales técnicos y ocupaciones afines	91,5	92,0	88,1	47,1	53,6	60,1
Gerentes administradores y directivos	94,5	98,6	95,9	36,1	85,2	79,8
Empleados de oficina y ocupaciones afines	88,6	98,1	93,1	48,2	82,2	83,3
Vendedores y ocupaciones afines	77,1	92,7	88,0	24,9	68,8	74,6
Agricultores ganaderos pescadores cazadores madereros, mineros, canteros y afines	26,2	56,9	63,2	2,4	31,5	42,4
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	72,7	93,7	88,4	22,0	74,2	74,4
Artesanos y operarios relacionados a la hilandería, otros artesanos y operarios	68,3	90,5	82,7	23,1	65,4	66,6
Obreros y jornaleros	39,0	77,3	83,6	20,2	56,3	58,1
Servicios personales y ocupaciones no identificables	58,6	84,6	80,1	18,6	55,4	59,9
Total	68,8	89,6	86,2	10,3	47,6	57,4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), censos de población y vivienda 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

La intensidad de esta expansión sucede principalmente en los hogares localizados fuera la región metropolitana, con jefes ocupados en labores de menor grado de escolaridad (Cuadro 2.7). Lo que indica que, en el sub periodo 1963-1973 se da una explosión del consumo de este bien, principalmente en la clase media del país. Mientras entre los años setenta y ochenta, dicho proceso de difusión registra pocos cambios. Lo cual tiene que ver, según Everett, con la estabilización a la que llega este proceso después de una mayoría de la sociedad ha adoptado una innovación.

A pesar de que, los hogares con jefes pertenecientes a categorías ocupacionales de menor grado académico, como: agricultores, ganaderos y pescadores, experimentan en este periodo un mayor acceso la cocina eléctrica, los ubicados fuera del área metropolitana son los que presentan los menores porcentajes de tenencia de cocina (Cuadro 2.7) Según lo planteado por Everett estos serían los seguidores tardíos en la curva de difusión, ya que son los últimos en integrarse a este proceso. Este rezago tiene que ver con lo señalado por Viales

y Delgado, acerca de la correlación positiva entre el nivel educativo y la tenencia de artefactos eléctricos⁴³⁸.

El Cuadro 2. reafirma lo señalado por estos dos autores para 1973, sobre la concentración de la riqueza y bienestar en la zona urbana de la región central del país. Lo cual evidencian con la variable de empleo agrícola porque, los lugares con mayor porcentaje en este tipo de empleo se vinculan con menores calificaciones en los indicadores de bienestar y riqueza⁴³⁹. A pesar de lo anterior, es evidente que, entre las décadas de 1960 y 1979 en Costa Rica sucede una intensa expansión del consumo de la cocina eléctrica que, coincide con la temporada de mayor auge económico de la época industrial del país. Por ejemplo, fuera del área metropolitana la tenencia de cocina en hogares con jefes obreros y jornaleros incrementa entre 1963-1973 aproximadamente tres veces y al interior del área metropolitana se duplica (ver Cuadro 2.7).

El proceso de difusión de la lavadora en el sub periodo 1963-1984, al igual que el de la cocina eléctrica, fue mucho más intenso en hogares con jefes situados en las categorías de ocupación de menor escolaridad, especialmente fuera del área metropolitana. Por ejemplo, los hogares liderados por obreros y jornaleros entre 1963 y 1973 triplican la tenencia de este bien. Lo anterior, refleja que las familias de clase media experimentan en esta época un mejoramiento importante en sus condiciones de vida. Esto concuerda con lo indicado por Viales y Delgado para el año 1973, sobre la reducción en el número de distritos incluidos en el grupo de, bienestar bajo y riqueza baja, y el engrosamiento del grupo de riqueza baja con bienestar alto⁴⁴⁰. Por otro lado, los hogares del país con jefes: profesionales, técnicos, gerentes, u oficinistas, se vuelven a caracterizar, en este periodo, por ser los primeros en adquirir esta clase de bienes y también por ser los que poseen los mayores porcentajes de tenencia (Cuadro 2.8).

⁴³⁸Francisco Delgado y Ronny Viales, *Estadísticas y trayectoria histórica de la desigualdad social y económica en Costa Rica*, 94.

⁴³⁹ *Ibid.*, 95-96.

⁴⁴⁰ *Ibid.*, 96.

Cuadro 2.8

Porcentajes de hogares con lavadora según ocupación del jefe, 1963-1984

Categorías de ocupación	Área metropolitana			Fuera del área metropolitana		
	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Profesionales técnicos y ocupaciones afines	48,0	42,8	58,1	28,5	16,2	32,7
Gerentes administradores y directivos	47,3	70,1	79,3	24,7	48,6	59,1
Empleados de oficina y ocupaciones afines	39,4	42,2	60,1	20,9	29,7	51,7
Vendedores y ocupaciones afines	26,0	42,2	58,4	12,7	25,3	47,9
Agricultores ganaderos pescadores cazadores madereros, mineros, canteros y afines	10,2	16,4	29,9	1,7	4,0	13,7
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	12,4	27,4	50,8	7,3	19,2	42,5
Artesanos y operarios relacionados a la hilandería y otros	13,2	24,0	39,3	12,8	24,3	31,2
Obreros y jornaleros	5,1	12,1	33,6	1,8	5,9	22,0
Servicios personales y ocupaciones no identificables	6,7	16,9	36,7	3,4	9,6	26,3
Total	20,6	33,8	51,9	4,4	10,9	27,7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), censos de población y vivienda 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

En el caso de la difusión de la refrigeradora se repite el patrón anterior en donde los hogares con jefes de ocupaciones de menor educación son los que registran los mayores aumentos en la tenencia de este artefacto, principalmente los de fuera del área metropolitana. Por ejemplo, entre 1963 y 1973 los hogares no metropolitanos con jefes dedicados a labor del transporte, aumentan casi 7 veces la tenencia de refrigerador (ver Cuadro 2.9). Esto demuestra otra vez el ascenso social que experimentan, en este periodo, los sectores ocupacionales de menor educación, así como el engrosamiento de la clase media del país. En este sentido, el refrigerador, así como la cocina eléctrica y la lavadora se convierten en esta época en indicadores de bienestar y ascenso social de las familias costarricenses. Por último, debo indicar que, este mismo proceso de difusión se vuelve a repetir en otros artefactos eléctricos de uso doméstico como: radio, televisor, cepillo eléctrico y calentador de agua (ver anexos 1-5).

Dichos procesos de difusión comprueban por una parte que para esta época ya había una sociedad de consumo en el país desarrollado principalmente en las zonas urbanas. De

acuerdo con Wünderich la aplicabilidad del concepto de sociedad de consumo comienza a ser viable en América latina cerca de los años treinta con la adopción de modelos de consumo importados desde Europa. No obstante, el paso hacia el consumo de masas industrial se da después, en el caso de Costa Rica partiendo de estos procesos de difusión de los electrodomésticos dicha expansión del consumo masificado de bienes industriales se dio aproximadamente partir de los años cincuenta cuando los estratos medios de la sociedad comienzan a mejorar su calidad de vida y se involucran en mayor medida en dicho consumo.

Esta mayor participación de las capas medias de la población en el consumo de masas industrial tuvo que ver con la consolidación en este mismo periodo de estudio de una sociedad salarial en el país, es decir de una sociedad basada en relaciones salariales que no solo ofrecen a los trabajadores remuneraciones por las labores realizadas, sino también garantías laborales, prestaciones y mayor acceso a educación, vivienda, ocio y consumo⁴⁴¹. Como se pudo ver en los Cuadros 2.7, 2.8 y 2.9 los hogares con jefes ubicados en ocupaciones asalariadas fueron los que más se incorporaron en el consumo de este tipo de bienes industriales. Mientras los hogares liderados por jefes no asalariados como el caso de los agricultores, ganaderos, pescadores entre otros, aunque no fueron excluidos totalmente si quedaron rezagados en este proceso de difusión.

Cuadro 2.9

Categorías de ocupación	Área metropolitana			Fuera del área metropolitana		
	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Profesionales técnicos y ocupaciones afines	53,0	60,8	79,1	29,1	25,2	50,8
Gerentes administradores y directivos	58,2	86,4	93,1	35,1	68,1	76,6
Empleados de oficina y ocupaciones afines	40,1	63,1	84,6	22,0	50,4	79,9
Vendedores y ocupaciones afines	29,0	57,0	77,5	14,5	40,5	69,5
Agricultores, ganaderos, pescadores, cazadores madereros, mineros, canteros y afines	11,7	22,5	48,2	1,6	6,1	24,5
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	7,4	42,0	74,8	4,7	32,2	70,0
Artesanos y operarios ocupaciones relacionadas a la hilandería y otros	8,7	35,2	62,0	5,2	22,9	53,6
Obreros y jornaleros	1,7	18,3	59,9	2,3	13,0	48,6

⁴⁴¹ Robert Castel, *La metamorfosis de la cuestión social*, 272.

Servicios personales y ocupaciones no identificables	7,5	27,2	60,2	3,8	16,7	47,8
Total	21,6	48,1	73,4	4,3	17,3	45,1

Porcentajes de hogares con refrigerador según ocupación del jefe, 1963-1984

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), censos de población y vivienda 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

4.2 Ampliación del consumo de alimentos procesados en Costa Rica

Una forma de observar el consumo de alimentos es a través de las canastas básicas contenidas en las Encuestas de Ingresos y Gastos. A continuación, se muestra un análisis del consumo de alimentos procesados basado en las encuestas de los años: 1949, 1961 y 1987-1988.

Al comparar las listas de consumo familiar, de la sección de alimentación, de las Encuestas de Ingresos y Gastos realizadas en 1949 y 1961 se muestran algunos cambios, por ejemplo, para el año 1961 en la categoría de “lácteos y huevos” se incluyen los helados como parte del consumo básico familiar, en 1949 no estaba incluido. Es decir, se cambia un producto fabril por otro fabril lo cual refleja la demanda que comienza a darse de alimentos procesados en esta época.

El ingreso de los helados en 1961 refleja que durante el auge industrial del país alimentos procesados como estos se convirtieron en bienes de consumo diario. Dentro de esta categoría de alimentación entre 1949 y 1961 sucede otro cambio que es, la salida de la leche en polvo como parte del consumo familiar de primer orden. Una década atrás este producto se hallaba dentro de la lista de productos lácteos de consumo regular de las familias metropolitanas. A inicios de los años cincuenta los anuncios publicitarios destacaban las bondades de este tipo de leche, describiéndolo como un producto seguro, nutritivo y de precio accesible, además se señala que se procesa en un laboratorio remarcando su carácter industrial (ver Figura 2.16). Esta variación hizo ingresar los helados en lugar de la leche en polvo, mientras se mantuvo la leche líquida, que se encuentra en la lista desde 1949. La cual, en ese año, representa sobre el grupo de lácteos, el producto de mayor consumo familiar al representar cerca del 12,01% del gasto⁴⁴².

⁴⁴² Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de 1961, cuadro 2, pág. 12.

Figura 2.16



Fuente: *La Nación*, 3 junio 1953, p.14.

En la categoría de cereales y derivados el cambio que se experimenta es el ingreso de las galletas soda dentro del consumo regular de las familias metropolitanas, esto en el año 1961. Mientras el resto de alimentos procesados de esta categoría se mantienen desde 1949 año en el que ya se consideraban como parte del consumo diario familiar alimentos como: la pasta y la avena enlatada⁴⁴³. En cuanto al grupo de alimentos denominado “carne y pescado” de las carnes consideradas procesadas, la mortadela estaba incluida en la lista de 1949, sin embargo, para 1961 ingresa como alimento procesado en esta categoría la sopa de pollo instantánea. El chorizo también un alimento procesado se muestra tanto en la lista de alimentos básicos de 1949 como en la de 1961⁴⁴⁴.

En la Figura 2.17 se muestra un anuncio publicitario de 1953 promocionando sopa de pollo y fideos de origen procesado, en donde se resaltan su rápida preparación, haciendo alusión al ahorro del tiempo que brinda este producto industrial; las porciones que rinde, así como su bajo costo. Además, se muestran los puntos de venta almacenes y pulperías, lo que refleja la variada disponibilidad de la época para este tipo de alimentos.

⁴⁴³ Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de 1961, cuadro 2, pág. 12.

⁴⁴⁴ Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de 1961, cuadro 2, pág. 12.

Figura 2.17



Fuente: *La Nación*, 2 diciembre 1953, p.15.

En la categoría de “dulces” las diferencias que se encuentran entre el listado de alimentos de consumo básico familiar de 1949 y 1961 son que por un lado aparecen en 1961 como productos de primer orden los caramelos llegan a sustituir a la miel, es decir, un bien industrial entra y uno artesanal sale.

El grupo alimenticio de “bebidas” de la lista de consumo habitual familiar se observa la salida del chocolate en 1961. Mientras el café se mantuvo como bebida de consumo regular en las familias desde 1949 así como los refrescos gaseosos. De nuevo esto refleja la prioridad que van ocupando los alimentos procesados dentro del consumo doméstico⁴⁴⁵.

En la figura a continuación se expone un anuncio de la bebida gaseosa *Canada Dry* en el que se resalta su procesamiento industrial como garantía de pureza y calidad para incitar y mantener un consumo diario de esta clase de bebida pues además se sugiere que esta bebida se debería tener al alcance los 365 días del año. De hecho, para esta época como ya se evidenció en las listas de alimentos básicos, las bebidas gasificadas se convierten en parte del consumo diario familiar en Costa Rica.

⁴⁴⁵ Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de 1961, cuadro 2, pág. 13.

Figura 2.18



Fuente: *La Nación*, 20 junio 1953, p.9.

Por último, dentro del grupo de los “productos grasos” los cambios que se muestran son: la aparición de la manteca vegetal en 1961 como bien alimenticio de consumo regular en las familias y la otra variante responde a la inclusión de la manteca de cerdo nacional en lugar de la manteca de cerdo extranjera. Lo que evidencia un cambio de preferencia por lo producido a nivel nacional.

Con respecto a los años 1949 y 1961 las variaciones sucedidas en 1987- 1988 en la lista de consumo básico de alimentos fueron por un lado el ingreso de reingreso de la leche en polvo dentro de la categoría de los lácteos, esta además se incluye por primera vez la leche homogenizada. Lo que confirma la expansión e importancia que adquieren esta clase de alimentos en esta época. Por otra parte, en la sección de embutidos se reincorpora la mortadela que había sido excluida en 1961 y por primera ocasión se toma en cuenta también el salchichón dentro de esta lista de alimentos básicos.

Mientras, en la categoría de dulces se eliminan los caramelos que habían ingresado en 1961, y en el caso de las bebidas procesadas las gaseosas se mantuvieron en las listas de

consumo básico desde 1949. Demostrándose una vez más como en este periodo la importancia que cobran los alimentos procesados dentro del consumo básico familiar de los costarricenses.

4.3 Expansión del consumo de vestimenta manufacturada en Costa Rica

En Costa Rica desde inicios del siglo XX se registran importación de tejidos y ropa, principalmente de algodón, esto por su accesible precio y las características del clima del país. La gran variedad de oferta de esta clase de prendas hizo que fuera un bien ampliamente consumido⁴⁴⁶. A mitad de siglo XX las importaciones de bienes textiles se diversifican como quedó demostrado en el primer capítulo y esto hace que la oferta de telas y prendas de vestir de todo tipo se amplíe poniendo sobre la mesa el escenario ideal para el aumento del consumo de productos textiles, en especial de vestimenta manufacturada.

Entre los años de 1949 y 1961 de acuerdo a las listas de consumo básico de las encuestas de ingresos y gastos de esos mismos años. La categoría de vestuario manufacturado experimenta ciertos cambios. En el caso de la ropa para mujer aparecen diez nuevas subcategorías de prendas de vestir de consumo regular en 1961 y desaparecen cinco. Las que aparecen son: blusas, pijamas, vestido de baño, calzones importados, vestidos *Dan River* [tipo de tela] combinaciones importadas, talladores importados, fustanes nacionales, fustanes importados y sombrillas; y las subcategorías que salen de la lista de consumo familiar de 1961 son: seda fría, manta, calzones de algodón, talladores de seda y vestido de seda fría⁴⁴⁷. Las nuevas subcategorías de vestimenta manufactura para mujer revelan una ampliación del consumo regular de prendas a nivel familiar, así como el aumento del consumo de prendas de manufactura extranjera, pues de todas estas nuevas subcategorías para 1961, solo se destacan los fustanes nacionales como una subcategoría de producción nacional mientras, la mayoría de estas nuevas categorías eran importadas.

⁴⁴⁶ Jorge León, *El comercio y los mercados en Costa Rica*, 88-89.

⁴⁴⁷ Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de 1961, cuadro 2, pág. 14.

Las subcategorías que salen de la lista de consumo familiar de 1961 son: seda fría, manta, calzones de algodón, talladores de seda y vestido de seda fría⁴⁴⁸. Esto muestra el cambio en las telas usadas para vestir pues para 1961 se estaba consumiendo en mayor medida telas sintéticas lo cual se vincula con el desarrollo industrial textil de la época que hizo más accesible este tipo de telas, así como las prendas hechas con estas, por tanto, cae el consumo de telas como la seda y el algodón respecto al año 1949⁴⁴⁹. Los rubros de prendas de mujer en las que se gastaba más dinero en esta época eran: abrigos, sweaters, foular, blusas, medias de nylon y telas: Charmelina, *Dan River* y seda fría [tipos de tela]⁴⁵⁰.

En la Figura 2.19 se observa un anuncio de medias nylon para mujer, en donde se exponen como prendas de alta calidad, finura y elegancia, este anuncio demuestra que eran prendas manufacturadas utilizadas tanto por mujeres maduras como jóvenes lo que ampliaba todavía más su consumo en esta época.

⁴⁴⁸ Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de 1961, cuadro 2, pág. 14.

⁴⁴⁹ Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de 1961, cuadro 2, pág. 14.

⁴⁵⁰ Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de 1961, cuadro 2, pág. 14.

Figura 2.19



Fuente: *La Nación*, 3 junio 1953, p.16.

En lo que respecta a la categoría de ropa de hombre, esta no experimentó tantos cambios como la de ropa de mujer, para el año 1961 ingresan dos rubros que son: camisa sport ordinaria y camisa sport fina. Asimismo, salen únicamente dos categorías en 1961 que fueron: camisa de trabajo y calcetines de seda. Lo cual refleja cambios en el consumo pues la subcategoría de camisa de trabajo sale y se incorpora la camisa sport, mientras la exclusión del rubro calcetines de seda reafirma la disminución del consumo de este tipo de prendas, demostrada también en el consumo de ropa manufacturada para mujeres en este periodo. La vestimenta de hombres cabe destacar, posee menos rubros que la ropa femenina y las subcategorías de prendas en las que se gastaba más en este periodo eran: el vestido de casimir, pantalón ordinario, pantalón fino, camisa para corbata y camisa de trabajo⁴⁵¹.

En la Figura 2.20 se muestra una camisa para corbata y además se destaca el cuello trubenizado [proceso industrial para endurecer tela] lo cual evidencia que es una prenda que

⁴⁵¹ Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de 1961, cuadro 2, pág. 14-15.

fue confeccionada y tratada de manera industrial, lo cual de agrega valor y calidad para los potenciales consumidores. Por otra parte, de muestra en esta imagen como se ofrece este articulo como un bien ya conocido al hacer referencia a esta camisa como “famosa”. Lo cual confirma la expansión del consumo de este tipo de prendas en este periodo.

Figura 2.20



Fuente: *La Nación*, 2 junio 1953, p.7.

Mientras la Figura 2.2 muestra un anuncio de un traje de casimir para hombre, en donde se apela a los consumidores a conocer las nuevas variedades en este tipo de trajes, lo cual refleja que la oferta de prendas manufacturadas se estaba ampliando para poder cumplir con las nuevas necesidades y gustos de las personas.

Figura 2.21



Fuente: *La Nación*, 2 junio 1953, p.9.

En resumen, se puede ver como las prendas de consumo principal de acuerdo con las encuestas de ingresos y gastos de 1949 y 1961 de familias metropolitanas, son objeto de múltiples anuncios publicitarios en la prensa. Esto significa que la publicidad ayudaba a propagar el consumo de forma más efectiva.

V. Conclusiones

En el periodo 1953-1984 se dio un ascenso social derivado del crecimiento la economía que amplió la clase media. Se dio una mejoría en los salarios y una mayor vinculación de este sector con el área urbana y el servicio público. La demanda laboral en el sector comercial e industrial adquirió importancia. Entre 1950 y 1973 la población analfabeta disminuye espacialmente en la zona urbana, producto de la expansión de la educación. A partir de 1950 aumentó la cantidad de colegios y universidades producto de la mayor demanda de puestos en el sector industrial y de servicios. En esa misma década surgen nuevas leyes laborales, en 1954 se emite la Ley de pago de Aguinaldo que aumentó la capacidad de consumo de las personas. El crédito para el consumo también aumentó a partir de los años cincuenta, los Almacenes Generales de Depósito y las Cooperativas adquirieron importancia como instituciones auxiliares de crédito para el consumo de bienes agrícolas e industriales.

A partir de 1950 se dio también una expansión de proyectos de vivienda con el fin de erradicar tugurios especialmente en el Valle Central. En esta época el Estado promovió un modelo de vivienda de pequeña dimensión, construido a base de concreto y con acceso a servicios públicos de agua y electricidad, con el cual pretendió modificar el estilo de vida y mejorar la calidad de vida de las familias costarricenses. Lo anterior originó una nueva norma de convivencia social basada en barrios debidamente organizados. Surgieron nuevos grupos sociales como el de las amas de casa que compartían ciertos patrones de consumo, fomentados por el crecimiento y diversificación comercial analizados en el capítulo anterior. El INVU desempeñó un rol importante ya que fue la institución del Estado que tuvo a cargo la labor de construir los proyectos inmobiliarios que promovían este nuevo estilo de vida. Los nuevos patrones de consumo basados en esta nueva forma de vida promovieron el comercio de esta época al publicitar cada vez más bienes industrializados tales como: alimentos procesados, vestimenta manufacturada y electrodomésticos.

En el caso específico de los electrodomésticos su difusión comenzó en los hogares del área metropolitana cuyos jefes poseían trabajos de mayor grado de educación. La mayoría de estos hogares poseían estos artefactos al inicio del periodo de estudio. Este consumo se expande luego a los hogares metropolitanos con jefes ocupados en trabajos de baja escolaridad, y los hogares no metropolitanos con jefes ubicados en puestos de trabajo de mayor grado de escolaridad, que conformaron el segundo grupo con los porcentajes más altos de tenencia de estos artefactos. Mientras los hogares fuera del área metropolitana con jefes situados en trabajos que exigían poca escolaridad fueron los que presentaron menores porcentajes de tenencia en todo el periodo de estudio. Sin embargo, estos fueron los que experimentaron mayor intensidad en la expansión de este tipo de bienes industriales entre 1963 y 1984. Lo anterior demuestra según lo planteado por Everett un típico proceso de difusión en donde siempre hay primero un grupo de innovadores, es decir los primeros que adquieren un determinado bien, y luego grupos de seguidores y seguidores tardíos, hasta que el bien se deja de considerar un producto innovador y pasa a ser un bien adquirido por la mayoría de una población⁴⁵².

⁴⁵² Rogers M. Everett, *Diffusion of innovations*, 5.a ed. (New York: Free Press, 2003).

Los cambios sucedidos en las Canastas Básicas de la época también se evidenciaron los nuevos patrones de consumo. El consumo de alimentos procesados adquirió importancia, al incluirse cada vez más alimentos industrializados en las listas de consumo básico durante el periodo de estudio. De igual forma la vestimenta manufacturada logró más relevancia, al disminuir el consumo doméstico de prendas de vestir hechas a base de fibras naturales como: la seda y el algodón, y aumentar la preferencia por prendas manufacturadas con telas sintéticas.

En el proceso de expansión del consumo de los bienes industriales analizados, la publicidad fue uno de los principales vehículos de información especialmente para las amas de casa. Además, la publicidad también demostró como los bienes industriales, en especial los electrodomésticos dejaron de ser innovaciones a partir de los años setenta para convertirse en bienes conocidos por la mayoría de la sociedad costarricense.

Capítulo 3: Roles de género y oferta de bienes industriales de consumo doméstico en Costa Rica durante 1953-1984.

I. Introducción

En este capítulo se analizan los roles de género a través de la oferta publicitaria de bienes industriales de consumo doméstico (alimentos procesados, electrodomésticos y vestimenta manufacturada) perteneciente al periodo de estudio. La expansión del consumo doméstico de bienes industriales constituye un proceso que involucra y transforma la dinámica de las unidades familiares. En ese proceso, el análisis de los roles de género es importante porque estos explican la organización de la supervivencia humana y cómo los discursos oficiales derivados de entes de poder a lo largo del tiempo han inducido a desigualdades en la división sexual del trabajo.

II. Transformaciones socioculturales asociadas a la expansión del consumo doméstico en Costa Rica en el periodo 1953-1984

Tal como se mostró en los capítulos anteriores, durante este periodo se dieron una serie de cambios vinculados a la expansión del consumo como, por ejemplo: el aumento de la importación de bienes industriales; las nuevas condiciones de vida, que incluyen cambios en las estructuras de las viviendas y la expansión de servicios públicos principalmente de luz y agua; así como, el crecimiento de las áreas urbanas, que fueron las primeras en experimentar todo lo anterior.

El aumento de mujeres con empleo remunerado fue, según Bethell, una de las transformaciones sociales más relevantes sucedidas en el periodo 1960-1980 en la mayor parte de América Latina ya que, de acuerdo con su estudio el mercado laboral aumenta en quince de los veinte países latinoamericanos que analiza⁴⁵³. Dicho proceso fue según este mismo autor, producto de un conjunto de cambios económicos, sociales, demográficos y culturales sucedidos principalmente en los años setenta⁴⁵⁴. Una de estas transformaciones fue la reducción en la dimensión familiar, la expansión de viviendas compactas de concreto, con

⁴⁵³ Leslie Bethell, *Historia de América Latina* (Barcelona: Crítica, 2000), 245-246.

⁴⁵⁴ *Ibid.*, 248.

divisiones bien establecidas y con acceso a servicios públicos (agua y electricidad), diseñadas para familias pequeñas. Todos estos cambios llevaron a la expansión de un nuevo estilo de vida que promueve el confort y el consumo. Sobre esto, el demógrafo estadounidense Charles Westoff indica que, la familia pequeña pasó a ser regla en países en vías de desarrollo que habían consolidado sociedades de consumo⁴⁵⁵. La acelerada urbanización fue otro de estos importantes cambios socioeconómicos que influyen en el crecimiento de la demanda y oferta de trabajo para las mujeres, durante esta época⁴⁵⁶. En Costa Rica, como ejemplo de lo anterior, el porcentaje de mujeres ocupadas con educación secundaria pasa del 38,0% en 1963 al 65,3% en 1973 (ver Cuadro 3.1).

Cuadro 3.1

Población ocupada según nivel educativo por sexo en Costa Rica, 1963-1984

Año	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Nivel educativo	Mujeres			Hombres		
Secundaria completa	62,0	34,7	49,7	74,1	44,6	52,1
Secundaria y más	38,0	65,3	50,3	25,9	55,5	47,9

Fuente: Censos de Población y Vivienda de Costa Rica 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

Estas transformaciones en beneficio de la mujer no se vean como beneficios por parte de los hombres sino también como amenazas hacia el rol tradicional de la mujer en el hogar. Esto se refleja en que suplementos como *Hablemos del Hogar y la Moda* del periódico *La Nación* dirigidos a mujeres a partir de la década de 1950, muestren como sus temas centrales: la decoración, la moda, la cocina, y cuidados de belleza dado que, en esta época existe el temor de que las mujeres abandonen o descuiden el hogar por educarse en temas ajenos al hogar y concentrarse más en sí mismas⁴⁵⁷. En este sentido, el mayor uso de este tipo de temáticas para el público femenino era una respuesta de los grupos editoriales ante la mayor inserción de mujeres en la educación y el mundo laboral.

⁴⁵⁵ Charles Westoff, "La familia pequeña se convierte en norma", *La Nación*, 6 de setiembre 1980, sección C.

⁴⁵⁶ Leslie Bethell, *Historia de América Latina.*, *Historia de América Latina*, 246.

⁴⁵⁷ Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960).*, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)*, 176-177.

La tensión entre el rol tradicional de la mujer y su incorporación en el mundo laboral se convierte en una constante durante el periodo de estudio. Lo cual se refleja de forma gráfica en la Figura 3.1. En donde se observa una caricatura en la que no se reconoce el trabajo doméstico como un trabajo en contraposición del trabajo que realizan las mujeres de forma remunerada, que aumenta en esta época. Lo anterior genera discusión en la sociedad ante la complejidad que comienzan a enfrentar las mujeres ya que su rol tradicional en el hogar no cambia en este periodo, mientras al mismo tiempo se abren las oportunidades de educación y empleo fuera del hogar. Esto también es señalado por Florence Mérienne quién afirma que el ingreso de los hombres y mujeres al mercado laboral se hace de forma diferenciada en esta época y que a pesar de los cambios vividos por las mujeres antes de 1984 no se abre una ruta para renegociar los roles de género en la sociedad costarricense⁴⁵⁸.

Figura 3.1



Fuente: *La Nación*, lunes 10 de enero, 1977, p. 14.

⁴⁵⁸ Florence Mérienne, “Las relaciones de género en el mundo obrero industrial costarricense entre 1960y 1980: El caso del sector textil en el área metropolitana de San José.” (Universidad de Costa Rica, 2019), 155.

Esta transformación que concierne a la mayor incorporación de la mujer en el mercado laboral es reprochada desde inicios de los años cincuenta pues según el imaginario masculino de la élite del aquel momento si la mujer salía del hogar habría una destrucción del hogar, ésta se corrompería al compartir los espacios laborales con los hombres y además amenazaría la posición del hombre en la sociedad⁴⁵⁹. A pesar de estos detractores las mujeres con una ocupación fuera del hogar incrementan hacia los años ochenta, pues pasaron de 64,410 mujeres ocupadas en 1963 a 166,920 en 1984⁴⁶⁰. Lo que, transformó la forma de vida de muchos hogares.

Este cambio trae nuevas necesidades como las guarderías y la expansión de los Centros de Nutrición Infantil a partir de los años sesenta, sin embargo, es hasta los años setenta que, la política en pro de la infancia va de la mano con el crecimiento de la participación laboral de las mujeres, pues es cuando verdaderamente el Estado reconoce la importancia de proteger a los niños mientras sus madres laboran y lo hace por medio de dotación de presupuestos a las Asignación Familiares, la expansión de Centros de Nutrición y a partir de 1977 de Centros de Atención Integral ⁴⁶¹. En una época donde la crianza de los hijos recaía solo sobre las mujeres, lo anterior, ayudó a que muchas mujeres pudieran salir a trabajar.

El acceso al trabajo remunerado implicó también que muchas mujeres tuvieran mayor posibilidad de pagar por servicios domésticos de otras mujeres para equilibrar la carga de trabajo dentro del hogar⁴⁶². Sin embargo, cuando los salarios eran insuficientes y no se contaba con alguien de “confianza” para cuidar a los niños, trabajar fuera de casa se volvía para muchas un asunto insostenible y para las que decidían continuar trabajando a pesar de

⁴⁵⁹ Ibid., 161-162

⁴⁶⁰ Centro Centroamericano de Población: Censo de Población y Vivienda 1963. Instituto Nacional de Estadística y Censos: Censo de población y vivienda de 1984.

⁴⁶¹ Patricia Alvarenga, *De vecinos a ciudadanos: movimientos comunales y luchas cívicas en la historia contemporánea de Costa Rica* (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2009), 105.

⁴⁶² Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)*, 178.

las dificultades, empezaron a experimentar la superposición de sus múltiples facetas⁴⁶³. Lo cual significó para las mujeres un agotamiento físico y mental considerable. A esto Inés Pérez le ha denominado la: “revolución estancada”. Dado que, el ideal de domesticidad de la época impidió una distribución equitativa entre hombres y mujeres al interior de los hogares⁴⁶⁴.

Este estilo de vida asociado a la tradicional asignación de los roles de género dentro del hogar, comienza a dar signos de desgaste y fragmentación a finales del periodo de estudio cuando se da un aumento de desempleo, precariedad laboral, y conflictos familiares como: divorcios y disputas vinculadas a las relaciones de poder entre géneros⁴⁶⁵.

Figura 3.2



Fuente: *Mujer y Hogar*, viernes 10 octubre 1980, p.8.

Por ejemplo, la caricatura de la Figura 3.2 publicada en el año 1980 en *Mujer y Hogar* muestra la diferenciación entre las trayectorias laborales de hombres y mujeres basada en la

⁴⁶³ Carlos Sandoval, *Sueños y sudores en la vida cotidiana. Trabajadoras y trabajadores de la maquila y la construcción en Costa Rica* (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1997). *Sueños y sudores en la vida cotidiana*, 172.

⁴⁶⁴ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970*, 107.

⁴⁶⁵ Eugenia Rodríguez, *Las familias costarricenses durante los siglos XVIII, XIX y XX*, 33.

distribución tradicional de los roles de género. Esta caricatura sugiere que a pesar de las transformaciones sociales y culturales que abrieron paso a las mujeres en el campo educativo laboral, el desgastado esquema doméstico tradicional se mantuvo en esa época.

III. Roles de género en la segunda mitad del siglo XX

Este apartado analiza primero la familia nuclear a partir de 1950 que se fortalece en el siglo XX para luego, abordar los roles de género derivados de dicho modelo familiar.

En un estudio Alfonso González⁴⁶⁶, expone que, en este periodo de la posguerra el discurso de la familia nuclear se mantiene, pero con algunas modificaciones especialmente en las comodidades materiales del hogar con la irrupción de los electrodomésticos que tenían como uno de sus objetivos, de acuerdo con este autor, evitar la incorporación de la mujer en el mercado laboral, para a su vez impedir la transformación hacia la “mujer andrógina” es decir, una mujer con características de hombre ya que, esto desequilibraría el orden social, según el pensamiento masculino de las élites josefinas a inicios de la década de 1950⁴⁶⁷. Mientras que, para el hombre estas transformaciones implican en ese momento un mayor esfuerzo laboral para cumplir con las exigencias de una vida material más cómoda.

En este mismo trabajo González menciona que, a partir de 1950 fue posible la “modernización” del hogar costarricense de la clase media, gracias a una serie de elementos como: un mercado creciente, aumento de consumo de bienes y servicios, mayor acceso de la mujer a la política, educación y mercado laboral. Lo que según este autor le concede protagonismo a la mujer en el consumo doméstico al otorgarle cierta libertad en la toma de decisiones familiares. Según González, este nuevo modelo de domesticidad tuvo influencia de la cultura estadounidense y española⁴⁶⁸.

De acuerdo con Patricia Alvarenga, este modelo de familia se evidencia en el papel que desempeña la división femenina del Partido Vanguardia Popular denominada Alianza de Mujeres Costarricenses (AMC) que en la segunda mitad del siglo XX buscó darles espacio

⁴⁶⁶ Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)*, 191.

⁴⁶⁷ *Ibid.*, 162.

⁴⁶⁸ *Ibid.*, 165-166.

político a las mujeres, pero desde su papel de madres y amas de casa para que se congregaran políticamente para defender y mejorar el bienestar de sus hogares ⁴⁶⁹.

En cuando a los cambios en la dimensión de la familia nuclear en la segunda mitad del siglo XX Rosero dice que, el aumento del nivel de escolaridad en las mujeres fue el factor más influyente en la caída de la fecundidad entre 1950 y 1963, y otra vez entre 1963 y 1973, periodo en que las mujeres jóvenes con primaria completa pasan de 22% en 1950, a 40% en 1963 y a 72% en 1973. Según este mismo autor hacia 1963 se conjuga lo anterior tanto con la expansión de la alfabetización y las mejoras en los ingresos y origina el descenso de la fecundidad en la década de 1960. Lo que a su vez condujo a la adopción de la planificación familiar en Costa Rica⁴⁷⁰.

En uno de sus estudios⁴⁷¹ Eugenia Rodríguez indica que, a partir la segunda mitad del siglo XX en Costa Rica el modelo de familia y los roles de género experimentan una nueva reformulación dado el mayor nivel educativo de la mujer y su mayor incorporación en el mundo laboral que son factores que cambian las relaciones de poder entre hombres y mujeres y que, por ende, conducen al cuestionamiento del papel de los hombres como figuras de autoridad y provisión.

3.1 Rol femenino en la familia

De acuerdo con Eugenia Rodríguez, después de 1910 los liberales hacen una reformulación en su discurso la maternidad, cimentado en la “maternidad científica” que viene a fortalecer la concepción tradicional de la maternidad como función natural y cuasi divino de las mujeres.⁴⁷² Según esta autora, para lograr la aceptación social de la denominada

⁴⁶⁹ Patricia Alvarenga, “Las mujeres del Partido Vanguardia Popular en la constitución de la ciudadanía femenina en Costa Rica, 1952-1983”, *Revista Diálogos* 5, n.º 1-2 (2005):18.

⁴⁷⁰ Luis Rosero y John Casterline, "Difusion por interacción social y transición de la fecundidad: evidencia cuantitativa y cualitativa de Costa Rica", *Programa Centroamericano de Población*, n.º 61 (1995): 42.

⁴⁷¹ Eugenia Rodríguez, *Las familias costarricenses durante los siglos XVIII, XIX y XX*. (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2008), 34-36.

⁴⁷² Eugenia Rodríguez, “Inventando el día de la madre en Costa Rica: 1890-1932”, *Reflexiones*, n.º 75 (1995): 35.

“maternidad científica” en el siglo XX una de las estrategias fue la celebración del día de las madres que en el país inicia en la década de 1920⁴⁷³. Rodríguez plantea que, la “maternidad científica” se convierte desde inicios de siglo XX en un elemento importante para consolidar el modelo patriarcal de familia y sostener a la división sexual del trabajo⁴⁷⁴.

De acuerdo con González, alrededor de la década de 1950, surgen las condiciones socioeconómicas perfectas para que se difunda el rol femenino establecido desde inicios de siglo XX, donde la mujer giraba en torno al hogar. Acerca de lo anterior el autor destaca lo dicho en 1954 por el entonces presidente Figueres Ferrer sobre el paso de “una cultura a otra”, que implicaba cambiar “el piso de tierra y el tugurio por una vivienda limpia y acogedora”⁴⁷⁵. Lo que estaba directamente vinculado con el mejoramiento de las condiciones materiales en las que se desenvolvían la mayor parte del tiempo las mujeres, en especial las amas de casa.

Por otro lado González defiende que, el modelo de mujer estadounidense de principios de siglo XX fue de las construcciones mentales más influyentes a inicios de la década de 1950, caracterizada por lo siguiente: la transformación del hogar por medio de la disponibilidad de electrodomésticos, y productos para hacer del hogar un espacio de disfrute para la mujer; el planteamiento del matrimonio como un espacio interpersonal, donde la mujer era reconocida como una figura central; y la exaltación de la mujer como el más importante agente económico de consumo de bienes y servicios de uso personal y doméstico. Este autor expone lo anterior como una respuesta ante la influencia de los movimientos feministas de principios del siglo XX. Pues ante esta clase de movimientos de liberación femenina, el modelo patriarcal crea sutiles modificaciones y asigna nuevos roles a la mujer como el de consumidora, con el fin de retenerla en el ambiente doméstico⁴⁷⁶.

De acuerdo con una investigación de Milanesio⁴⁷⁷, el papel de mujer dentro del hogar a partir de la mitad del siglo XX va más allá de ser ama de casa y madre, porque también

⁴⁷³ Ibid., 39.

⁴⁷⁴ Ibid., 40.

⁴⁷⁵ Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)*, 165.

⁴⁷⁶ Ibid., 165-166.

⁴⁷⁷ Natalia Milanesio, *Cuando los trabajadores salieron de compras*, 72.

debe ser una administradora consciente de las finanzas del hogar. Según esta autora, en Argentina a inicios de la década de los cincuenta se les denomina a las amas de casa como los “ángeles guardianes de la economía doméstica”.

Otro de los aspectos que forma parte del rol femenino en esta época según Pérez es el cuidar de su aspecto personal con el objetivo de no dejar de ser consideradas atractivas por los maridos que constantemente se veían “tentados” por el mundo exterior y las amenazas de la “revolución sexual” de fines del siglo XX⁴⁷⁸.

Este rol tradicional de las mujeres en el hogar tuvo importancia hasta en el tipo de emisiones televisivas de la época. En Costa Rica, por ejemplo, a partir de la década de 1960 salen varios programas de televisión dirigidos a mujeres como: el programa *Teleclub*, *Cocinado con tía Florita* y *La hora de Arlene*⁴⁷⁹. Los cuales colaboran en difundir y remarcar el tradicional del rol de las mujeres⁴⁸⁰.

3.2 Representaciones y tensiones sobre el rol de la mujer en revistas femeninas

En este apartado se evidencia la transformación del ama de casa en una figura social importante sucedida a partir de la segunda mitad del siglo XX, especialmente en la clase media, y que está vinculada con la nueva forma de vida basada en el consumo. Lo anterior se evidencia en el país, a través del surgimiento de varios periódicos femeninos, entre las décadas de 1970 y 1980 que proyectan distintas representaciones de las mujeres. Para demostrar esto, aquí se analizan los periódicos: *Nuestra Voz*, que muestra mayor apego al esquema tradicional de los roles de género dentro de la familia, y *Mujer y Hogar* que presenta una visión más crítica en esa época sobre los roles familiares.

⁴⁷⁸ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970*, 94-95.

⁴⁷⁹“Inés Sánchez, de Teleclub: “Mientras uno tenga vida tiene que hacer algo”, *La Nación*, 9 febrero 2016. “Recetas ganadoras del concurso de pastas Lucema y el programa de cocinando con tía Florita”, *La Nación*, 31 mayo 1980, p. 10 C. “Arlene Lutz: diva de la alta cocina y el mito de las colas de langosta”, *La Nación*, 8 julio, 2017.

⁴⁸⁰ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970*, 198.

3.2.1 Representación de la mujer en el periódico *Mujer y Hogar*

La representación femenina que difunde este periódico entre los años setenta y ochenta es la de una mujer ama de casa sobrecargada de trabajo. Tal como se describe en la siguiente cita extraída del mismo: “*en el llamado Tercer Mundo, la mujer refleja el grado de subdesarrollo y las condiciones de los grupos marginados. Allí, la mujer es un elemento doblemente explotado. La primera explotación la realiza la sociedad y la segunda, el hombre...*”⁴⁸¹. La publicación de este tipo artículos refleja en ese momento una crítica al modelo tradicional de familia, en donde a la mujer debe cumplir largas jornadas de labores domésticas. Esta visión la señala en 1980 el ama de casa Nazira Bonilla al expresar lo que representó para ella terminar el curso de corte y confección: “*para toda ama de casa sacar el rato significa sacrificio, pero vale la pena*”⁴⁸². Lo que reafirma los extenuantes horarios que tenían muchas de las amas de casa en esa época.

Este tipo de artículos en *Mujer y Hogar* exponen continuamente el desequilibrio entre los roles de género en el ámbito del hogar tanto fuera como dentro del país. Pues en algunos de estos artículos parten de estudios alemanes como es caso del titulado: *¿Tienen las amas de casa una jornada laboral de siete horas?* que discute sobre el tiempo de trabajo de una ama de casa, al afirmar que el promedio alemán en aquella época era de siete horas, sin embargo, las mujeres encuestadas manifestaban desacuerdo con esto al decir que: “*eso es muy difícil de decir. A veces trabajo hasta las 12 media noche otros días tengo varias horas de descanso; “en casa no ayuda nadie todo lo contrario”. Necesito por término medio 9 horas*”⁴⁸³. Mientras otro de estos artículos sobre Alemania hace hincapié en el problema que representa para los padres y en especial para las madres mezclar el trabajo fuera del hogar con la crianza de los hijos⁴⁸⁴.

⁴⁸¹ “Las feministas buscan hacer de las mujeres “hombres de segunda”, *Mujer y Hogar*, 12 de marzo 1976, p.1 y 6.

⁴⁸² “El INA clausura con todo éxito cursos de corte y confección”, *Mujer y Hogar*, viernes 9 de abril 1980, p. 4-5.

⁴⁸³ “¿Tienen las amas de casa una jornada laboral de siete horas?”, *Mujer y Hogar*, viernes 8 de agosto 1980, p.6.

⁴⁸⁴ “¿Se podrá dedicar más tiempo a los cuidados del bebé?”, *Mujer y Hogar*, 1 agosto 1980, p.3.

Otro artículo de opinión que ejemplifica este tipo de publicaciones en *Mujer y Hogar* es uno en el que la Dra. costarricense Irma Morales dice lo siguiente: “*soy feminista en el sentido de tener fe en la mujer en desear lo mejor para ella en abrirle nuevas rutas. Todos somos parte integrante indispensable en la vida del país. La mujer en estos días no puede quedarse al margen del progreso de Diario La Nación*”⁴⁸⁵. De acuerdo con esta visión, a la mujer no se le debe limitar solo a las tareas del hogar y los hijos, ya que también tiene derecho a tener un desarrollo fuera de este ámbito. En resumen, este periódico reflexiona sobre los cambios sociales y culturales que en esa época impactan al rol de la mujer. Como se indica en la siguiente cita tomada de uno de sus artículos: “*a medida que la mujer adquiere educación y es igualmente idónea para el empleo tiende a demorar el matrimonio*”⁴⁸⁶. Esta representación muestra una mujer en proceso de transformación mediante el cambio de patrones tradicionales

Para expandir dicha reflexión los medios de comunicación escrita como estos que estaban dirigidos particularmente a mujeres, fueron fundamentales ya que, en esta época eran importantes vehículos de contenidos orientados a cambiar las representaciones convencionales de la mujer. En unión algunas veces con grupos organizados como la asociación de Desarrollo Económico Laboral Femenino Integral (DELFI) que a inicios de la década de 1980 tenía como objetivos: informar, orientar y educar a la mujer con la finalidad de generar un cambio de actitudes y patrones tradicionales de comportamiento⁴⁸⁷.

El compromiso de este periódico con la promoción de acciones en beneficio cambiar mujer el rol de la mujer en esa época, se evidencia en los ejemplos de mecanismos que exponen algunos de sus artículos, por ejemplo, las “vacaciones de formación” utilizada en Alemania que tenía como objetivo romper con el aislamiento social de las amas de casa se plantea como medida que podría implantarse en Costa Rica⁴⁸⁸.

⁴⁸⁵ “La mujer en estos días no puede quedarse al margen del progreso de la nación”, *Mujer y Hogar*, 11 de junio, 1976, p. 1y 6.

⁴⁸⁶ “La mujer y el desarrollo”, *Mujer y Hogar*, 14 de mayo 1980, p.2.

⁴⁸⁷ “ASODELFI contribuirá al desarrollo de la mujer y la familia”, *Mujer y hogar*, 1 mayo 1980, p. 1-2.

⁴⁸⁸ “Vacaciones de formación”, *Mujer y Hogar* viernes 7 de noviembre 1980, p. 7.

La representación de una mujer preparada o profesional y que no se queda únicamente encerrada en el hogar se promueve en *Mujer y Hogar* de forma específica en una pequeña sección que describe en cada una de las ediciones alguna figura femenina del país, resaltando de manera especial su labor social y sus logros personales, sin enfocarse en el rol tradicional de la mujer. Por ejemplo, a la Sra. Ivette Jiménez se le reconoce a inicios de los años ochenta por su trabajo y lucha social en favor de la mujer⁴⁸⁹. En este sentido, este periódico hace en esta época una importante separación entre los roles femeninos asociados al hogar y los vinculados a la vida laboral, y expone la necesidad de que existan condiciones que garanticen el equilibrio con respecto a los roles de género dentro del hogar.

3.3.2 Representación de la mujer en el periódico *Nuestra Voz*

Este periódico en lugar de cuestionar el rol tradicional, lo enaltece pues a diferencia de la imagen proyectada en *Mujer y Hogar*, el periódico *Nuestra Voz* presenta a la mujer como inagotable a la hora de hacerse cargo del hogar. No cuestiona el rol femenino tradicional. La imagen que proyecta este periódico es entonces el de una mujer que cumple con todas sus labores sin problemas como se evidencia en la siguiente cita sobre una mujer y madre guanacasteca: “*como ella miles de madres costarricenses endurecen sus brazos dando su energía inagotable y milagrosa al quehacer constructivo de crear ciudadanos.*”⁴⁹⁰

En este periódico la sección que resalta figuras femeninas siempre se le resalta a la mujer su “natural” labor de ama de casa y madre incansable. Por ejemplo, cuando se describe a la Sra. Gladys Sáenz se destaca lo siguiente: “*es también una joven abuela para la que los mimos a los nietos no son obstáculo a sus tareas*”⁴⁹¹. Esta visión refleja entonces a una mujer cargada de energía que cumple con todas sus funciones hogareñas y disfruta con su familia.

Debe recordarse que, las mujeres descritas en esta sección son miembros de la Alianza de Mujeres Costarricenses (AMC) y son descritas de esta forma según Alvarenga, quien

⁴⁸⁹ “Prestigiosa figura femenina”, *Mujer y Hogar*, 27 de junio 1980, p.5.

⁴⁹⁰ “Madre Guanacasteca”, *Nuestra Voz*, 5 agosto 1970, p.5.

⁴⁹¹ ¿Quiénes son las dirigentes de AMC?, *Nuestra Voz*, 1 de noviembre 1971, p.7.

analiza una serie de publicaciones de este mismo periódico entre las décadas de 1960 y 1980, esta agrupación se valía en esa época del rol femenino tradicional para convencer a las mujeres de que participar en la política no significaban el descuidar su hogar o familia, pues su objetivo era convertirlas en dirigentes comunales⁴⁹². En este sentido, este grupo político más bien promueve la asignación tradicional de los roles de género al interior del hogar.

Dado el tipo de representación de mujer ofrecida por este periódico, los cuestionamientos acerca de la acumulación de labores domésticas sobre la mujer son escasos en comparación con *Mujer y Hogar*. Por lo que tampoco, se manifiestan soluciones concretas para disminuir la sobrecarga de las mujeres en el hogar como si se hace en el periódico *Mujer y hogar*.

A pesar de que la posición que asume este periódico sobre la mujer es muy tradicional en lo que respecta al hogar y la familia. Sin embargo, en algunas publicaciones sí se muestra disconformidad, pero en ámbitos ajenos al hogar como lo es el mundo laboral. Por ejemplo, en el artículo: “Las mujeres en el trabajo productivo” se subraya la desigualdad salarial entre hombres y mujeres⁴⁹³.

Las diferencias más importantes entre estos periódicos femeninos son que: *Mujer y Hogar* refleja a la mujer como una ama de casa con exceso de responsabilidades domésticas y por ende clama por cambios en el rol femenino tradicional. Mientras *Nuestra Voz*, destaca una mujer con la capacidad “natural” para enfrentar el recargo de trabajo doméstico y casi no cuestiona el rol tradicional de la mujer en el hogar.

Las figuras femeninas que se resaltan en cada una de las ediciones de estos periódicos evidencian lo anterior. En *Nuestra Voz* se presentan mujeres madres y amas de casa de clase media que luchan por el bienestar comunal en beneficio de sus hogares. Pues, de acuerdo con la lógica de las aliancistas una mujer que defiende su hogar asume derechos ciudadanos y además los expande⁴⁹⁴. Mientras que, en *Mujer y Hogar* las figuras destacadas son

⁴⁹² Patricia Alvarenga, “Las mujeres del Partido Vanguardia Popular”, 6.

⁴⁹³ “Las mujeres en el trabajo productivo”, *Nuestra Voz*, 1971, 3.

⁴⁹⁴ Patricia Alvarenga, *De vecinos a ciudadanos. Movimientos comunales y luchas cívicas en la historia contemporánea de Costa Rica*, 114.

usualmente mujeres profesionales que defienden los derechos de sus iguales. En resumen, *Mujer y Hogar* proyecta una representación más feminista sobre la mujer, contraria a la imagen más conservadora de la mujer que presenta *Nuestra Voz*.

3.3 Rol masculino en la familia

En el discurso patriarcal de esta época, el hombre desempeña dentro del hogar el rol de proveedor y jefe⁴⁹⁵. Este rol masculino también lo destaca Milanesio para el caso de Argentina al señalar que durante esta época de mitad del siglo XX las compras más caras e importantes del hogar recaen sobre el hombre⁴⁹⁶. De acuerdo con Alfonso González, en la época de la posguerra costarricense a los hombres se les demanda proyectar una imagen masculina fuerte con el fin de salvaguardar su posición de jefe.⁴⁹⁷

Según ese mismo autor, la masculinidad se define en relación con lo femenino y es por esto que, en la posguerra de 1948 ésta se ve amenazada por los cambios que suceden en el ámbito femenino⁴⁹⁸. Una de estas transformaciones amenazantes es el aumento de mujeres casadas con trabajos remunerados fuera de casa que fue percibida por parte de la élite masculina de esa época como la destrucción de las costumbres familiares por eso, para este grupo el hogar debía reservarse para la mujer con el fin de mantener el orden social ya que de lo contrario las mujeres desafiarían su poder⁴⁹⁹.

Esta tensión generada entre los roles tradicionales amenazados por la mayor inserción de la mujer en el mundo laboral se revela en la Figura 3.3 en donde se observa una caricatura de 1953, publicada en el país en 1973, que muestra una crítica hacia los hombres con posiciones conservadoras como el de este dibujo, que se niegan a ser partícipes de un cambio cultural, que involucra participar de las labores domésticas, al mostrarse un cuerpo médico asombrado por la decisión extrema de este hombre que prefiere perder alguna parte de su cuerpo antes de realizar labores domésticas en el hogar.

⁴⁹⁵ Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)*, 161.

⁴⁹⁶ Natalia Milanesio, *Cuando los trabajadores salieron de compras*, 71.

⁴⁹⁷ Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)*, 184.

⁴⁹⁸ Alfonso González Ortega, *Vida Cotidiana en la Costa Rica del siglo XIX: un estudio psicogenético*, 33-34.

⁴⁹⁹ Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)*, 161-162.

Figura 3.3



Fuente: Caricatura de Hersas Berger (1953). *La Nación*, domingo 14 junio 1973, p.15.

Es importante mencionar que, el rol consumidor del hombre durante la segunda mitad del siglo XX no ha sido plenamente abordado en la historiografía costarricense. Algunos trabajos⁵⁰⁰ solo destacan su rol proveedor. Lo cual puede deberse a su poca participación en el consumo doméstico de bienes industriales como sucede en el caso de Argentina en donde para esta época de acuerdo con Milanesio, el consumo masculino era poco frecuente, lo que lleva a que, las revistas que promueven el consumo se enfoquen en el público femenino⁵⁰¹.

En otras palabras, a mediados del siglo XX el consumo masculino de este tipo de bienes estaba mucho menos definido que el femenino, tanto en Argentina como en el país. Pues en esta época productos de consumo como los electrodomésticos están mucho más

⁵⁰⁰ Alfonso González, *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)*. (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2005). Alfonso González, *Vida Cotidiana en la Costa Rica del siglo XIX: un estudio psicogenético*. (San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1997). Eugenia, Rodríguez, "Inventando el día de la madre en Costa Rica: 1890-1932". *Reflexiones*, n° 75 (1995): 33-42. Eugenia Rodríguez, *Las familias costarricenses durante los siglos XVIII, XIX y XX*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2008. Eugenia Rodríguez, *Los discursos sobre la familia y las relaciones de género en Costa Rica (1890-1930)*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2003.

⁵⁰¹ Natalia Milanesio, *Cuando los trabajadores salieron de compras*, 79.

ligados a las mujeres. Dado que en aquel momento estos eran considerados obsequios sinónimo del amor del hombre hacia la mujer⁵⁰². Lo cual, en realidad es más bien coherente con el rol de proveedor ya que, de manera implícita se asigna al hombre la decisión del consumo, pues al hacer un obsequio, excluye a la mujer, que simplemente recibe.

No obstante, esta poca definición del consumo masculino comienza a cambiar, en el caso de Argentina, según con Pérez, con la mejora material en las condiciones de vida que implica la extensión de las viviendas unifamiliares, expansión de servicios públicos y cambios tecnológicos, lo cual según esta autora significó el “regreso” del esposo al hogar. Lo cual trae la faceta masculina de “constructor”, y además conduce a la promoción del consumo herramientas y máquinas para mejorar el hogar⁵⁰³.

Esto mismo sucede en el país durante la segunda mitad del siglo XX con la mejora de la calidad de vida de la mayoría de la población que implicó la expansión de un determinado tipo de vivienda con acceso a servicios públicos, descrito en el capítulo 2. A inicios de la década e de 1970 poco más de la mitad de hogares contaban con vivienda propia⁵⁰⁴. Lo que significó el aumento de labores de manteamiento del hogar que se adjudicaron a los hombres, dando lugar a lo que Pérez denomina una masculinidad doméstica ⁵⁰⁵.

Pues el saber utilizar máquinas eléctricas especializadas en arreglos da a los hombres la posibilidad de tener el orgullo de realizar una labor completa con sus propias manos y al mismo tiempo esto sirve para ratificar la separación de los roles de género en el hogar⁵⁰⁶. En Costa Rica el auge de esta clase de artefactos se evidencia en el aumento de su oferta que se manifiesta en: la aparición de su publicidad y el aumento de su importación, descrito en el capítulo 1.

⁵⁰² Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970*, 82-83.

⁵⁰³ *Ibid.*, 138.

⁵⁰⁴ Censo de Población y Vivienda de Costa Rica 1973.

⁵⁰⁵ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970*, 138.

⁵⁰⁶ *Ibid.*, 156-157.

IV. Roles de género y la nueva oferta de bienes industriales de consumo doméstico

En este apartado se realiza primero una descripción de la oferta publicitaria de los bienes industriales aquí analizados, enfatizando hacia quien van dirigidos. También, se identifican los cambios en la forma de promocionarlos a lo largo del periodo de estudio y por último se hace referencia al tema de los roles de género presente y esta publicidad con el fin de evidenciar la relación que hubo entre estos y los nuevos patrones de consumo surgidos durante el periodo de estudio.

4.1 La oferta publicitaria de bienes industriales domésticos

A continuación, se presenta un cuadro elaborado a partir de una muestra de 228 anuncios publicitarios de bienes industriales pertenecientes al diario *La Nación* y seleccionados de forma aleatoria en los meses de junio, agosto y diciembre en los años 1953, 1965, 1974 y 1984. En el Cuadro 3.2 se muestra la cantidad de personas en los anuncios, así como la cantidad de anuncios con referencia a hombres y mujeres.

Cuadro 3.2

Anuncios publicitarios de bienes industriales según las personas en el anuncio, y apelativo al hombre o la mujer en los años 1953, 1965, 1974 y 1984.

Bienes industriales y año	Personas en el anuncio			Apelativo al hombre	Apelativo a la mujer	Total de anuncios
	Mujeres	hombres	niños			
Alimentos procesados						
1953	4	2	5	0	9	14
1965	8	3	6	0	5	14
1974	3	0	6	0	0	6
1984	0	0	0	0	0	10
Total de los cuatro años	15	5	17	0	14	44
Vestimenta manufacturada						
1953	3	2	2	4	2	6
1965	18	23	11	23	11	38
1974	24	12	3	7	16	29
1984	6	7	5	8	7	17
Total de los cuatro años	51	44	21	42	36	90
Electrodomésticos						
1953	7	3	5	0	7	17
1965	11	2	5	3	6	30
1974	11	2	7	0	11	35
1984	2	0	0	0	3	12
Total de los cuatro años	31	7	17	3	27	94
Total de anuncios de las tres categorías de bienes	97	56	55	45	77	228

Fuente: Elaboración propia. A partir de anuncios publicitarios del periódico *La Nación* 1953, 1965, 1974 y 1984.

Primero se debe señalar que, la mayoría de estos anuncios se concentran en los años de 1965 y 1974, época que coincide con un contexto de bienestar económico favorable que promueve el consumo. Luego destacar que la aparición de mujeres tiene estrecha relación con el ya mencionado protagonismo que adquiere la mujer en el consumo doméstico. Por ejemplo, en los 44 anuncios de alimentos procesados las mujeres aparecen en 15 ocasiones, mientras los hombres sólo en 5 (ver cuadro 3.2). En el caso de los anuncios de vestimenta la diferencia entre la aparición de mujeres y hombres no es tan marcada debido a que uno de los meses de los que se extrajeron anuncios fue junio, mes en que se celebra el día del padre. Por ende, la presencia de hombres en anuncios de vestimenta fue mayor, pues las prendas de vestir se anunciaban como obsequios ideales para dicha celebración. A pesar de esto, las figuras femeninas tuvieron mayor cantidad de apariciones en estos anuncios, pues aparecen

en 51 de los 90 anuncios de vestimenta analizados. En los anuncios de electrodomésticos también hubo mayor aparición de mujeres que de hombres (ver cuadro 3.2).

El apelativo de los anuncios respecto al género se determina dependiendo de las frases e imágenes incluidas en estos. Por ejemplo, en el anuncio de la Figura 3.12, aunque promueve el consumo de camisas para hombre, este se dirige también hacia la mujer con las frases “véalo contento” y “téngale siempre lista su magnífica camisa”. La mayor parte de los anuncios dirigidos al público femenino son los que promueven el consumo de alimentos y electrodomésticos, pues se muestran como regalos ideales para el día de la madre y navidad. Mientras la publicidad de vestimenta manufacturada, aunque se hallaba dirigida tanto a hombres como a mujeres, era presentada en mayor medida como obsequio para el día del padre (cuadro 3.2).

Entre 1953 y 1965 la publicidad se concentra en promocionar el producto como tal, resaltando sus características y usos. Esto cambia hacia los años setenta pues al analizar la publicidad de 1974, se constata que los productos y sus características dejan de ser la figura central del anuncio y comienzan a promocionarse los grandes almacenes que disponen de una variada gama de este tipo de productos. Lo anterior se da, por un lado, por el paso de los productos de novedades a productos ya conocidos y comercializados, lo que conduce a la pérdida del rol pedagógico en la publicidad de esta clase de bienes y, por otro lado, se debe también a la concentración de la venta de estos productos en pocos y grandes establecimientos comerciales (ver anexos 11-15).

Este cambio en la forma de presentar la publicidad de bienes industriales también se refleja en que al inicio del periodo estos anuncios le otorgan gran responsabilidad a la mujer en la decisión de compra especialmente de alimentos y vestuario. Lo cual cambió hacia el final del periodo cuando la publicidad deja de hacer este tipo de señalamiento constantes sobre la responsabilidad de la mujer como administradora y procuradora del bienestar del hogar (cuadro 3.2). Sin embargo, esto no significa que la publicidad deje de dirigirse a las mujeres o que estas dejen de aparecer en los anuncios, sino que obedece a un cambio en la forma a la que se refieren al papel de la mujer en la publicidad (ver anexos 14-15 y Cuadro 3.2).

Un aspecto destacable es el uso del idioma inglés en algunos anuncios, particularmente en anuncios de alimentos procesados de los años cincuenta. Esto evidencia, por un lado, el consumo de bienes importados y por otro, que este tipo de bienes poseen en esa época un público consumidor caracterizado por tener cierto grado de educación, que les permite entender las etiquetas para definir el tipo de producto al que se refieren. A partir de la década de 1960 el uso del inglés disminuye debido a cambios en la forma de presentar la publicidad y al aumento de la producción interna de esta clase de bienes.

4.2 Cambios en la publicidad de bienes industriales domésticos

Al analizar la muestra de 228 anuncios publicitarios sobre bienes industriales se hallaron algunos cambios. En los anuncios de alimentos procesados y de electrodomésticos la referencia a atributos propios, es decir los que describen directamente al bien, disminuyen entre 1953-1984. En el caso de los anuncios de electrodomésticos las menciones orientadas a describir el producto prácticamente desaparecen en 1984 (ver Cuadro 3.3). Esto guarda relación con el proceso de expansión del consumo que hizo pasar a los bienes industriales de innovaciones a productos conocidos o incorporados en el imaginario de los consumidores. Cuando se introducen nuevos bienes o productos la publicidad cumple un rol pedagógico importante al informar a los posibles consumidores de las características y propiedades de estos, cuando un nuevo se convierte en uno ya comercializado esta función de la publicidad desaparece.

Mientras los atributos asignados a los bienes o productos, es decir adjetivos que no pertenecen al producto como tal pero que se les otorga por estrategia publicitaria como, por ejemplo: “camisa alegre” no desaparecen en los anuncios analizados. Esta clase de asignaciones a los bienes industriales en estudio son más recurrentes en los anuncios de vestimenta manufacturada y electrodomésticos ubicados en los años 1965 y 1974 (Cuadro 3.3).

En el caso de la apelación a la novedad o la innovación los anuncios de alimentos son, los que menos hacen hincapié a esto. Mientras los anuncios de vestimenta y electrodomésticos son los que más se refieren a la novedad. Lo cual se vincula con las mejoras en los electrodomésticos y en las prendas de vestir, así como con las cambiantes tendencias en los modos de vestir. Por ejemplo, algunas de las novedades señaladas son la

aparición del control infrarrojo en los televisores o prendas de vestir sometidas a procesos para mejorar su calidad como las camisas con cuellos trubenizados.

La mención a la diferenciación social se muestra en todas estas categorías de anuncios (ver Cuadro 3.3). Por ende, este tipo de bienes industriales tienen en el periodo 1953-1984, una importante connotación de clase, porque se promueven como bienes que adquirirlos brindan cierto estatus vinculado a un estilo de vida fino o elegante. Este apelativo a la diferenciación social es más notorio en los anuncios correspondientes a electrodomésticos y vestimenta manufacturada, especialmente en los años de 1965 y 1974.

Finalmente, la aparición de referencia al crédito como medio para adquirir este tipo de bienes tiene mayor relevancia en los anuncios de electrodomésticos por ser lo de mayor valor en comparación con los alimentos y la vestimenta.

Cuadro 3.3

Cantidad de calificativos en anuncios sobre bienes industriales		1953	1965	1974	1984
Bienes industriales					
Alimentos procesados	Atributo propio	11	18	5	6
	Atributo asignado	12	11	3	9
	Novedad	1	1	0	0
	Diferenciación social	1	4	4	1
Electrodomésticos	Crédito y financiamiento	0	0	0	0
	Atributo propio	6	10	6	0
	Atributo asignado	19	32	23	5
	Novedad	4	2	3	3
	Diferenciación social	5	8	5	4
Vestimenta manufacturada	Crédito y financiamiento	2	3	5	4
	Atributo propio	2	1	0	2
	Atributo asignado	4	28	14	9
	Novedad	3	3	6	8
	Diferenciación social	5	22	18	6
	Crédito y financiamiento	0	0	2	1

Fuente: Elaboración propia. Diario *La Nación* 1953, 1956, 1974 y 1984.

Como parte de los cambios sucedidos en la publicidad de estos bienes industriales es importante destacar el comportamiento de la mención de almacenes o tiendas en los anuncios porque, muestran el proceso de concentración que experimentan esta clase de negocios en

esta época. En los anuncios de 1965 todas las categorías en estudio evidencian un aumento en la aparición de los nombres de almacenes. Sin embargo, en 1974 las menciones a distintos almacenes y tiendas decrece especialmente en los anuncios de alimentos y vestimenta. Ello evidencia el proceso de concentración de la venta de este tipo de bienes en pocos y grandes almacenes y supermercados, que inicia a partir de la década de 1960 con cadenas como Mas x Menos⁵⁰⁷. En los anuncios de 1984 este proceso es mucho más evidente dado que, la mención de distintas tiendas y almacenes disminuye aún más, (ver Cuadro 3.4).

Cuadro 3.4

Cantidad de anuncios de almacenes y tiendas de bienes industriales

Bienes industriales	1953	1965	1974	1984
Alimentos procesados	2	34	4	2
Electrodomésticos	10	18	17	9
Vestimenta manufacturada	1	23	14	8

Fuente: Diario La Nación 1953, 1956, 1974 y 1984. Elaboración propia.

4.3 Roles de género y oferta publicitaria de alimentos procesados

Como ya se ha indicado, a partir de la década de 1950 la mujer adquiere un rol importante en el consumo familiar. Debido a esto la mayoría de bienes industriales de consumo doméstico esta dirigidos a ellas durante el periodo de estudio 1953-1984. Por ejemplo, en la Figura 2.16 se muestra un anuncio de publicidad sobre leche en polvo dirigido que se dirige específicamente a las mujeres amas de casa al decir lo siguiente: “las amas de casa han podido apreciar que *ROSMARY* es una leche pura”.

De igual manera en la Figura 3.5 se vuelve a reflejar como la publicidad de alimentos procesados se refiere al público consumidor femenino al mostrar de nuevo un anuncio de leche en polvo destacando sus propiedades en el que aparece una vaca personificando una ama de casa y además se muestra la imagen de una mujer y dos niños, haciendo así alusión no solo al rol de la mujer como ama de casa sino también a su papel de madre. Igualmente,

⁵⁰⁷ María Rojas, María Cartín, y Guillermo Aguilar, “La industrialización alimentaria en Costa Rica a finales del siglo XX y principios del XXI: de los estancos a los supermercados.”, *Revista Herencia* 28, n.º 1 (2015): 44.

el anuncio muestra que este tipo de consumo es algo privativo de la mujer al aludir a su responsabilidad con respecto a la nutrición.

Otro detalle en estos anuncios es su función pedagógica que fue vital en la expansión del consumo doméstico de productos industriales. Este rol de la publicidad se muestra en los anuncios de alimentos que continuamente explican las características de preparación, así como, las cualidades nutritivas de los productos. Por ejemplo, en las Figuras 3.4, 3.5 y 3.6 se observa lo anterior al mostrar una publicidad que enumera propiedades de leche en polvo *KLIM*, que explica cómo hacer una sopa instantánea *Continental*, así como un pastel con premezcla *Mayflower*.

Figura 3.4

5 KLIM aumenta el valor Nutritivo de los platos cocinados

Cualquier receta que requiera leche es receta que exige KLIM—y KLIM es tan conveniente y fácil de emplearse. Déle a su familia nutrición adicional—mejor sabor—con la deliciosa leche KLIM.

1. KLIM es leche pura y sana
2. KLIM se conserva sin refrigeración
3. KLIM es siempre de calidad uniforme
4. KLIM es excelente para el niño en su crecimiento
5. KLIM AUMENTA EL VALOR NUTRITIVO DE LOS PLATOS COCINADOS
6. KLIM se recomienda para la alimentación infantil
7. KLIM es pura y segura . . . envasada por un procedimiento especial
8. KLIM está elaborada bajo el más estricto control

Agua pura . . . agréguese
KLIM . . . mézclase
y tendrá leche pura y sana

LECHE pura sana KLIM
LA PREFERIDA EN TODO EL MUNDO

Prop. Int'l. Dairy, Corp. 1939, Suc. de Oib.

KLIM
POWDERED
WHOLE MILK

Fuente: *La Nación*, viernes 21 de agosto 1953 p.15.

Figura 3.5



¡7 minutos... y sopa lista!

No es cuestión de magia, señora... es cuestión de comprar SOPA CONTINENTAL DE POLLO Y FIDEOS!

Como todos los ingredientes que se necesitan vienen ya preparados en un sobre, sólo hay que vaciar la SOPA CONTINENTAL en 4 tazas de agua hirviendo y cocinarla durante 7 minutos.

Sin desperdicios, sin demora, sin trabajo, usted obtiene 4 sabrosos platos de sopa que deleitarán a toda la familia.

Compra SOPA CONTINENTAL hoy mismo, y compréela en su ovejilla moderna.

SOPA CONTINENTAL DE POLLO Y FIDEOS

La de Vegetales es sabrosa también. ¡Pruébala!

DE VENTA EN ALMACENES Y PULPERIAS

Fuente: *La Nación*, martes 22 diciembre 1953, p. 36.

Figura 3.6



¡Qué fácil es hacer un cake MAYFLOWER!

1. AÑADA AGUA
2. PONGALO EN EL HORNO
3. Y... SIRVALO

- Las Harinas MAY FLOWER son las únicas que vienen en latas selladas que las conservan siempre frescas.
- Y son las únicas que vienen completas! No hay que ponerles nada.

ESTE CUPON VALE C 1.50

Con este cupón y con \$ 4.—, usted puede retirar en LA MATA DE TABACO una lata de Harina MAY FLOWER.

VALE HOY Y MAÑANA UNICAMENTE

Diciembre 13, de 1953.

DE VENTA EN:

ALMACEN LUIS OLLÉ — LA DESPENSA — LA MAGNOLIA — BAR AZUL — LA GRAN VÍA — En el Mercado Central: RÍO DE JANEIRO y CUADRA — en Cartago: GAROFALO.

DISTRIBUIDORES EXCLUSIVOS:

Almacén LA MATA DE TABACO

Victor M. Hidalgo G. Ltda. - Teléfono: 4157

Fuente: *La Nación*, domingo 7 diciembre 1953, p.45.

4.4 Roles de género y oferta publicitaria de electrodomésticos

La tradicional asignación de roles en el hogar de la época designa al hombre como el proveedor, en este sentido, los electrodomésticos se convierten en esta época en “obsequios” que el hombre debe suministrar a la mujer⁵⁰⁸. Tal como se observa en la Figura 3.7 este tipo de artefactos se presentan como regalos ideales para el día de la madre. Se muestran distintos electrodomésticos dirigidos a facilitar o innovar las labores domésticas que en esta época son consideradas labores femeninas. En este anuncio aparecen dos mujeres con delantal lo que sugiere su rol de amas de casas dentro del hogar. Otro aspecto importante de subrayar es que nuevamente aparece el rol pedagógico de la publicidad esta vez indicando las distintas funciones de cada uno de estos aparatos.

Figura 3.7



Fuente: *La Nación*, jueves 13 de agosto, 1953 p. 13.

Es importante señalar que en estos anuncios los artefactos para realizar labores domésticas solo se vinculan a las mujeres. Mientras que publicidad de artefactos eléctricos

⁵⁰⁸ Inés Pérez, *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970*, 83.

de entretenimiento están comúnmente dirigidos a toda la familia como se aprecia en la Figura 3.8 en donde se ve una familia completa alrededor de aparatos de radio. En este sentido, la publicidad vuelve remarcar la tradicional distribución de los roles de género.

No obstante, el descontento sobre estas asignaciones de electrodomésticos pronto se hizo presente entre las mujeres. En 1959 en la sección de cartas a la columna de *La Nación* se hacían reclamos como:

“¿Por qué han de reglarnos electrodomésticos y enseres para la casa si con ello nos recuerdan lo poco románticas que son las tareas hogareñas? ¿Por qué, en esta celebración, no nos regalan como mujeres y nos hacen recordar que todavía somos deseadas por nuestra belleza?”⁵⁰⁹.

Dicha insatisfacción femenina hacia la desequilibrada asignación de roles dentro del hogar se hizo particularmente notoria en las últimas décadas del siglo XX, con el desgaste del tradicional patrón de los roles de género.

⁵⁰⁹ Alfonso González, *Vida Cotidiana en la Costa Rica del siglo XIX: un estudio psicogenético*, 183-184.

Figura 3.8

El Padre anhela tenerlo
La Madre ansía poseerlo
La Hermana suspira gozarlo
El Hermano desea
sintonizarlo

Alegre a toda la familia para esta temporada de Navidad, Fin de Año y Día de Reyes...

REGALE UN RADIO RCA VICTOR A CADA UNO



He aquí una fácil solución a su problema de regalos para las Festividades de Fin de Año. Es la solución práctica para 1951. Escoja un Radio RCA Victor para cada miembro de su familia. Es la mejor manera de complacer a todos... la forma más práctica de satisfacer sus aspiraciones... el Aguinaldo Ideal que más felices hará a todos sus familiares.

El magnífico renglón de preciosos instrumentos RCA Victor contiene precisamente uno o más modelos que serán del gusto de cada persona cuyo nombre usted ha incluido en su Lista de Aguinaldos. Radio-Fonógrafos en elegantes Consolas, bonitos modelos de mesa y esbeltos portátiles.

Tenemos en nuestro salón de ventas una grandiosa exposición de estos magníficos radios. Haga todo lo posible por visitar pronto nuestro establecimiento. Así podrá usted escoger fácilmente los suyos antes de que la formidable corriente de entusiastas compradores se lleve lo mejor de nuestras existencias.

RCA VICTOR Regale un Radio RCA Victor Este Año...
El Obsequio Que Sigue Obsequiando

Distribuye:
DISCOLANDIA
y las Agencias autorizadas en todo el País.
ABIERTO HASTA LAS DIEZ DE LA NOCHE

Fuente: *La Nación*, jueves 10 diciembre, 1953, p.5.

Esta diferenciación de los roles de género evidenciada en la publicidad de electrodomésticos se muestra de nuevo en los anuncios de herramientas eléctricas que están dirigidos a hombres debido a la vinculación de éstos con las labores de arreglos o reparaciones en el hogar. En la Figura 3.9 se observa una figura animada de un resorte eléctrico que personifica un hombre denominado "Electrín" haciendo alusión a que la labor de construir era asunto meramente masculino.

Figura 3.9

1888
1874
65
ANIVERSARIO

Adquiera a los mejores precios
las famosas herramientas

Black & Decker

¡La marca de CALIDAD en
herramientas eléctricas...!

—RESPALDADA POR NUESTRO PRESTIGIO DESDE 1909—

"ELECTRÓN"

TALADROS
DE 1/2"
Desde \$ 110.00

LIJADORAS ORBITALES
Desde \$ 195.00

SIERRAS CALADORAS
Desde \$ 198.00

SIERRAS RADIALES
Desde \$ 1.250.00

JUEGOS DE TALADRO
De 1/4" y 1/8"
Desde \$ 220.00

SIERRAS
CIRCULARES
varios tamaños

TALADROS
de 1/2"
Desde \$ 268.00

KOBBERG
PARA TODO LO ELECTRICO

tel. 21-63-00

Adquiera las herramientas más famosas BLACK & DECKER en los mejores precios desde sus DISTRIBUIDORES KOBBERG.
DISTRIBUIDOR KOBBERG en el CENTRO COMERCIAL GUADALUPE (Tele Sud Centroamericano, S. A.)
DISTRIBUIDOR KOBBERG en ELACON (Toluca, M. A.)
También desde el DISTRIBUIDOR "BLACK & DECKER" de su localidad.

Fuente: *La Nación*, viernes 22 marzo 1974, p. 14.

4.5 Roles de género y oferta publicitaria de vestimenta manufacturada

En los anuncios de vestimenta manufactura la asignación tradicional de roles de género define que la mujer como parte de sus tareas domésticas debe deber velar por la vestimenta de su familia. En la Figura 3.10 se aprecia lo anterior pues se ve una mujer con delantal o sea una ama de casa con una camisa lista para ser usada por el marido. Este tipo de escenas nunca se observa en a la inversa es decir en los anuncios nunca se le solicita al hombre tener lista la ropa de la mujer. Lo que confirma el importante rol de la publicidad en la difusión de los roles de género tradicionales.

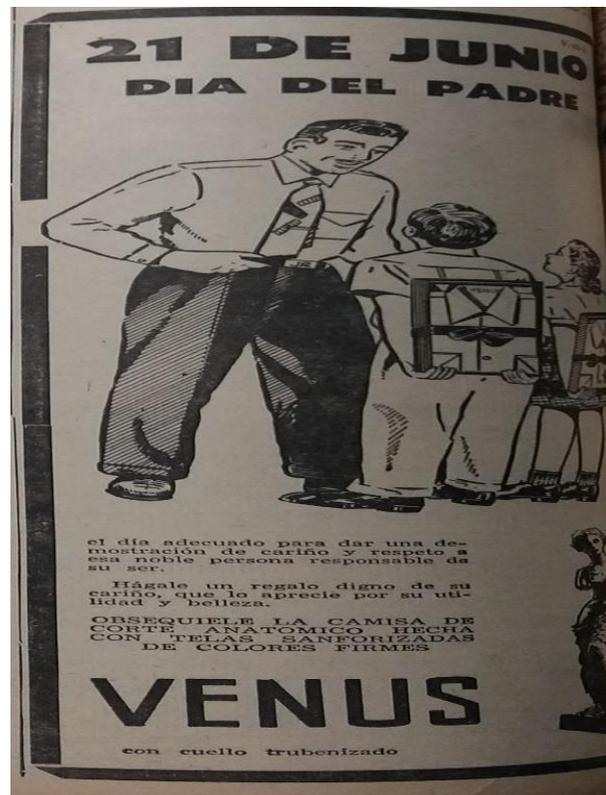
Esta diferenciación de roles de genero se vuelve más visible en los anuncios de vestimenta que con motivo de la celebración del día del padre, que sugieren este tipo de prendas como obsequios. En la Figura 3.11 se evidencia esto al mostrar un padre apunto de recibir un par de camisa con regalos por parte de sus hijos. Mientras como ya se mencionó, para las mujeres se sugieren en esta época electrodomésticos cómo regalos para el día de la madre.

Figura 3.10



Fuente: *La Nación*, jueves 4 de junio 1953, p. 20.

Figura 3.11



Fuente: *La Nación*, jueves 18 de junio 1953, p. 20.

El rol pedagógico vuelve a mostrarse en estos anuncios de vestimenta al ofrecer detalles de las prendas como en el anuncio de la Figura 3.11 en donde se especifican las características de la camisa como el corte anatómico, así como el proceso de sanforizado por el que pasó la tela con la que está hecha. De igual forma, en la Figura 3.12 en la que se observa una mujer portando un *brassiere Chansonette* se dedica un espacio considerable a las especificaciones de la prenda. Lo cual disminuye o desaparece de la publicidad de las siguientes décadas como se muestra en el anuncio de camisas *Di Lido* de 1965 en donde se hacen breves referencias al producto (ver Figura 3.13)

Una diferencia importante de indicar entre los anuncios de prendas de vestir para hombres y mujeres es que a estas últimas se les incita a moldear su cuerpo con el fin de verse atractivas, por ejemplo, la Figura 3.12 especifica sobre prenda anunciada que tiene “pespuntos circulares para moldear sus delicadas curvas”. Mientras a los hombres, se les hace un llamado a vestirse para proyectar una imagen de éxito y elegancia como se comprueba en la Figura 3.13 en donde se señala que la camisa *Di Lido* es “la camisa masculina orgullo del hombre distinguido”.

Figura 3.12

Soñé con un brassiere
de soporte firme . . .
el Chansonette
de *maidenform*



Con pespunte circular para
moldear sus delicadas curvas
. . . y con audacia en el centro
de la copa para acentuarlas
maravillosamente! Si lo que
usted desea es soporte real-
mente firme, Chansonette[™] es
su brassiere! En sus materia-
les favoritos.

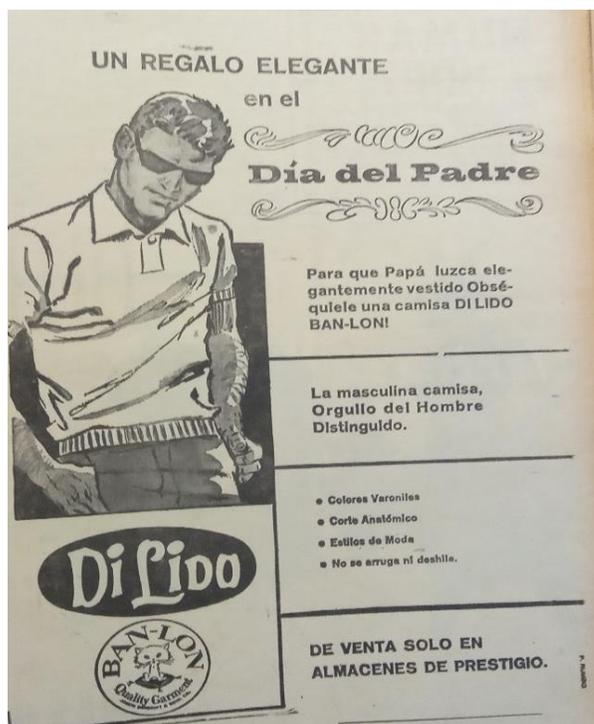
Los legítimos brassieres
Maidenform se confeccionan
solamente en los Estados Uni-
dos de América.

¡Hay un *maidenform*
para cada tipo de figura!

REGISTERED U.S. PAT. OFF.

Fuente: *La Nación*, viernes 28 agosto 1953, p. 12.

Figura 3.13



Fuente: *La Nación*, jueves 17 de junio de 1965, p.99.

V. Conclusiones

A pesar de la persistencia de los roles de género, el mejoramiento social y el nuevo estilo de vida surgidos a mitad del siglo XX analizados en el segundo capítulo, condujeron a una serie de cambios socioculturales. Las mujeres en esta época adquirieron mayor acceso a educación y a trabajo remunerado fuera del hogar. En el país las mujeres ocupadas con secundaria completa y más pasaron del 38, % al 65,3%. Este aumento de instrucción de las mujeres está además asociado a la disminución de la fecundidad entre los años cincuenta y setentas por el mayor uso de métodos de anticoncepción por parte de estas⁵¹⁰.

⁵¹⁰ Luis Rosero y John Casterline, “Difusión por interacción social y transición de la fecundidad: evidencia cuantitativa y cualitativa de Costa Rica”, *Programa Centroamericano de Población*, n.º 61 (1995): 42.

Lo anterior originó una tensión entre los roles de género tradicionales: hombre proveedor y mujer ama de casa que estuvieron vigentes durante todo el periodo de estudio. El cambio en la condición real de la mujer cuestionó dicha asignación. Sin embargo, la organización tradicional del hogar se mantuvo y a la mujer se le juntaron sus responsabilidades laborales fuera del hogar con las propias del trabajo doméstico. Dicha tensión se evidenció en cada una de las representaciones sociales de las mujeres mostradas en las revistas femeninas de la época: *Nuestra Voz y Mujer* y *Hogar*. La primera tuvo una postura menos crítica hacia la asignación tradicional de los roles de género y la segunda proyectó una posición más inconforme con rol tradicional femenino.

El discurso tradicional de familia nuclear estuvo presente en la publicidad que fomentaba el consumo de bienes industriales tales como: electrodomésticos, alimentos procesados y vestimenta manufacturada especialmente en las décadas de 1950 y 1960, cuando la publicidad de este tipo de bienes hacía marcadas separaciones de los roles de género dentro de la dinámica doméstica. En esta época la mujer fue la protagonista del consumo doméstico, la mayoría de los 228 anuncios publicitarios analizados estaban dirigidos a mujeres, en especial los de alimentos procesados y electrodomésticos. El hombre tuvo menos protagonismo en el consumo de este tipo de bienes industriales, este tuvo más que todo un rol receptor. En resumen, la publicidad de esta clase de bienes industriales fue el reflejo del discurso tradicional de los roles de género dentro del hogar.

A pesar de los cambios socioeconómicos experimentados en las mujeres, la publicidad de bienes industriales de uso doméstico estuvo durante todo el periodo de estudio dirigida principalmente a las mujeres. Lo que comenzó a generar discusiones en la sociedad sobre la necesidad de realizar modificaciones en la asignación de los roles de género especialmente en el hogar. Dicha inconformidad se reflejó en artículos de opinión y caricaturas de la época en las que se mostraba las desigualdades entre hombres y mujeres en los roles dentro y fuera del hogar, así como la resistencia al cambio de la tradicional distribución de labores domésticas por género.

La forma de presentar la publicidad de estos bienes industriales cambió durante el periodo de estudio. De 1965 a 1974 la referencia a adjetivos descriptivos de los productos disminuyó, en el caso de los electrodomésticos para 1984 las descripciones prácticamente

desaparecieron. Esto se relaciona con el proceso de difusión sucedido en este periodo, que hizo que estos bienes pasaran de innovaciones a bienes conocidos. Los años 1965 y 1974 fueron en los que se hallaron más apelativos a la diferenciación social en la publicidad de bienes industriales. Estos bienes industriales, en especial los electrodomésticos, se utilizaron como símbolo de estatus social. Los atributos asignados, es decir, que no pertenecen propiamente los productos publicitados, y resaltan alguna característica del bien de manera metafórica o exagerada, se mantuvieron en la publicidad de estos bienes, especialmente en los anuncios de vestimenta manufactura y electrodomésticos en todo el periodo de estudio. Otro cambio que evidenció la publicidad de estos bienes fue la concentración de la venta de estos en grandes almacenes y supermercados. En 1984 la mención a distintos establecimientos característica de la publicidad de los años anteriores disminuyó de manera importante, y en su lugar apareció la mención de pocos y grandes supermercados o almacenes.

Conclusión General

Para este periodo, a pesar de no haber de fuentes directas sobre el consumo doméstico de los bienes analizados en este trabajo, se identificaron fuentes útiles y disponibles para investigar el consumo de estos. Por ejemplo, a partir de Anuarios de Comercio Exterior se construyeron series cronológicas de importaciones de los bienes industriales analizados que abarcaron desde el año 1953 hasta 1984 con las que se pudo mostrar el aumento de la oferta. De las Encuestas de Ingresos y Gastos de los años 1949, 1961 y 1987 se obtuvieron datos sobre el consumo básico familiar, con las que se evidenció la sustitución de bienes artesanales por industriales en este mismo periodo. A partir de los tres Censos de Población y Vivienda (1963,1973,1984) realizados en el periodo de estudio se analizó la difusión de los electrodomésticos ya que, la tenencia de estos fue considerada indicador de calidad de vida de población, y finalmente con la publicidad de este tipo de bienes derivada del diario *La Nación* se demostró el aumento en la variedad y en la oferta, así como la asignación de los roles de género vinculada a estos en la época comprendida entre 1953 y 1984.

El análisis de esta información muestra que, en el contexto de prosperidad económica y social del Estado de Bienestar, principalmente a partir de los años sesenta, el consumo doméstico de bienes industriales aumentó. De acuerdo con los hallazgos de este trabajo, dicho proceso se debió a varios factores, entre estos: el crecimiento económico, industrial y comercial que caracterizaron esta época e hicieron posible una transformación radical en el consumo familiar. Este crecimiento se comprobó en esta investigación a través del análisis de las importaciones de bienes industriales de consumo doméstico, la producción nacional de los mismos y de la publicidad que permitió evidenciar tanto la expansión como la concentración comercial sucedida hacia el final de este periodo de estudio.

Uno de los factores asociados a esta expansión de consumo doméstico de bienes industriales fueron las mejoras sociales de la época como: el aumento de salarios, el mayor acceso a viviendas y servicios públicos, especialmente de agua y electricidad. El crecimiento económico permitió un mejoramiento social significativo especialmente en los estratos medios de la población ligados a trabajos asalariados. En términos de Castel y de acuerdo con esta investigación en este periodo se cristaliza la sociedad salarial principalmente en las

zonas urbanas de Costa Rica. En este periodo hubo un esfuerzo importante por disminuir la desigualdad social y mejorar la calidad de vida de la mayoría de la población. Esta transformación social permitió un cambio en las condiciones de vida, y modificó los patrones de consumo de la mayoría de hogares costarricenses que comenzaron a ser partícipes de un consumo masivo de bienes de tipo industrial. Por medio del estudio de la tenencia de bienes en las viviendas a través de datos censales se pudo constatar que el consumo de bienes industriales como los electrodomésticos se concentró primero en zonas urbanas y en hogares liderados por jefes asalariados. Durante el período analizado esta tenencia de bienes en las viviendas se expande a otros sectores.

La transformación fue paulatina y sucedió primero y más rápidamente en las zonas urbanas del país que en las rurales como se pudo ver en el análisis de la expansión de la tenencia de electrodomésticos de acuerdo a la ocupación del jefe de hogar. Los primeros en adquirir estos bienes fueron los hogares de zonas urbanas y con jefes ubicados en puestos asalariados que demandaban mayor grado de educación. Siguiendo un proceso de difusión de la tenencia de electrodomésticos estos hogares urbanos fueron seguidos de los hogares liderados por jefes con ocupaciones como chóferes, operarios y artesanos, mientras los últimos en consumir estos bienes fueron los hogares con jefes dedicados a labores agrícolas.

El estudio de la publicidad llevado a cabo en esta investigación muestra como al inicio del periodo este tipo de bienes eran presentados como innovaciones y a partir de los años setenta esta consideración cambia debido a la expansión de su consumo que los convirtió en bienes ya conocidos. En este sentido, este trabajo resalta el carácter informativo que tuvo la publicidad al inicio de la época de estudio cuando los anuncios apelaban a la innovación de esta clase de bienes y fue necesario instruir a las personas, en especial a las mujeres amas de casa, sobre cómo utilizarlos y sacarles el mayor beneficio a estos. Por ejemplo, en anuncios publicitarios de lavadoras ubicados en los años cincuenta y sesenta se especificaban sus funciones y capacidades de uso. Sin embargo, hacia los años setenta dichas funciones informativas van desapareciendo para quedar totalmente eliminada en los años ochenta, confirmando así el fin del proceso de difusión de estos bienes industrial

La investigación también muestra que todos los elementos anteriores no solo propiciaron el aumento en el consumo durante esta época, sino que también generaron

cambios y tensiones en la forma de vivir y convivir al interior de los hogares. Por ejemplo, el hogar, se convierte en esta época en un espacio privado, lleno de supuestas facilidades y entretenimiento especialmente para las mujeres amas de casa a quienes se dirige la mayoría de publicidad sobre la adopción de este nuevo patrón de consumo, basado en bienes industriales. Sin embargo, esta idea de facilidad se convierte en este periodo en una tensión para las mujeres a quienes se les continuó recargando las labores domésticas, como resultado de la rigidez de los roles de género tradicionales. A esto es lo que Pérez denomina como “la revolución estancada”.

Otro elemento que alimenta dicha tensión, es el mayor acceso a la educación y al trabajo remunerado que experimentan las mujeres en este periodo. Esta tensión se muestra a través del análisis hecho a la publicidad de bienes industriales de uso doméstico y artículos de prensa en los que refuerzan el papel tradicional de la mujer. La idea de que los bienes industriales aquí analizados iban a facilitar y alivianar las labores domésticas, se contradice en la publicidad pues, a pesar de poder ser hechas por cualquier miembro de la familia, continuaron siendo representadas como responsabilidad de las mujeres.

La investigación muestra el consumo como una actividad no solamente económica sino también como un fenómeno sociocultural que, en determinadas coyunturas, es capaz de convertirse en una transformación en el estilo de vida de una sociedad. Por tanto, se puede afirmar que, que el cambio material viene de la mano con los cambios socioculturales y esto se debe tener siempre presente en un análisis de consumo con perspectiva histórica. El análisis del aumento del consumo masivo de bienes industriales y del impacto generado en la sociedad llevado a cabo en esta investigación muestra que estos fueron treinta años en los que la forma de vida de la mayoría de hogares costarricenses se transforma de manera definitiva.

Fuentes y bibliografía:

I. Fuentes

Anuarios estadísticos

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1953.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1954.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1955.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1956.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1957.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1958.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1959.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1960.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1961.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1962.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1963.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1964.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1965.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1966.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1967.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1968.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1969.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1970.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1971.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1972.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1973.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1974.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1975.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1976.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1977.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1978.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1979.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1980.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1981.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1982.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1983.

Anuario de Comercio Exterior de Costa Rica 1984.

Censos de Población y Vivienda

Censo de Población y Vivienda de Costa Rica 1950.

Censo Población y Vivienda de Costa Rica 1963.

Censo de Población y Vivienda de Costa Rica 1973.

Censo de Población y Vivienda de Costa Rica 1984.

Censos Industriales

Censo industrial de Costa Rica 1952.

Censo industrial de Costa Rica 1958.

Censo industrial de Costa Rica 1964.

Censo industrial de Costa Rica 1975.

Sistema costarricense de Información jurídica.

Ley No 1835, 1954. Ley de Pago de Aguinaldo para los Servidores Públicos.

Ley No 2412, 1959. Ley de Aguinaldo en la empresa privada.

Prensa escrita (Anuncios publicitarios)

Diario La Nación 1953.

Diario La Nación 1965.

Diario La Nación 1974.

Diario La Nación 1984.

Diario La Nación 1977.

El Excelsior 1976.

Memorias del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo

Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1954.

Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1955.

Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1956.

Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1964.

Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1974.

Memoria Conmemorativa del 50 aniversario del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo 1954-2004.

Encuestas de Ingresos y Gastos

Encuestas de Ingresos y Gastos 1949.

Encuestas de Ingresos y Gastos 1961.

Encuestas de Ingresos y Gastos 1987-1988.

Revistas femeninas

Periódico Mujer y Hogar 1976.

Periódico Mujer y Hogar 1980.

Periódico Nuestra Voz 1970.

Periódico Nuestra Voz 1971.

Periódico Nuestra Voz 1972.

Periódico Nuestra Voz 1974.

Periódico Nuestra Voz 1976.

Artículos de prensa

Corrales, Gloriana. Revista Dominical. “Especial del 70 aniversario: la llegada de la televisión: el día que Costa Rica despertó a una nueva era”, *Diario La Nación*, 26 de agosto de 2017.

Brown, Gilbert. “El aguinaldo: Una conquista histórica”, *Semanario Universidad*, 13 enero, 2009.

De la Cruz, Vladimir. “El aguinaldo es una conquista histórica y un triunfo del pueblo costarricense”, *La República*, miércoles 28 noviembre, 2018.

Herrera, Manuel. “Inés Sánchez, de Teleclub: Mientras uno tenga vida tiene que hacer algo”, *Diario La Nación* 9 de febrero de 2016.

Morales, Francisco. “Ley Monge del Aguinaldo”, *Diario Extra*, sábado 21 diciembre, 2013.

Revista Dominical. “Arlene Lutz: diva de la alta cocina y el mito de las colas de langosta”, *Diario La Nación*, 8 julio de 2017.

II. Bibliografía

- Alonso, L. Enrique. *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI de España Editores S.A., 2010.
- Abela, Jaime Andréu. “Las Técnicas de Análisis de Contenido: Una Revisión Actualizada.” *Fundación Centro Estudios Andaluces*, Universidad de Granada 10, no. 2 (2000): 1–34.
- Alfaro, Alicia y Maynor Badilla, “Apuntes sobre la trayectoria del tabaco en el cantón de Palmares”, *Revista Herencia* 23, n.º1 (2010):113-127.
- Aguilar, Sandra. “La mesa está servida comida y vida cotidiana en el México de mediados del siglo XX”. *Revista de Historia Iberoamericana*. 2, no 2 (2009):52-85.
- Alvarenga, Patricia. *De vecinos a ciudadanos: movimientos comunales y luchas cívicas en la historia contemporánea de Costa Rica*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2009.
- Ayerdis, Miguel. “Consumo poder e identidad del siglo XIX e inicios del XX en Nicaragua (una aproximación)”. *Instituto de Historia en Nicaragua y Centroamérica* 6, no.6 (2004):1-15.
- Barboza, María. “Publicidad e Identidades. La Publicidad de Bebidas Alcohólicas En Costa Rica (1950-1959),” *Reflexiones* 90, no. 2 (2011): 37–51.
- Baudrillard Jean. *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. España: Siglo XXI Editores S.A, 1970.
- Bauer, Arnold J. *Goods, Power, History. Latin America's Material Culture*. New York: Editorial Cambridge University Press, 2002.
- Bethell, Leslie. *Historia de América Latina*. Barcelona: Crítica, 2000.
- Bértola, Luis y José Antonio Ocampo. *Una historia económica de América Latina desde la independencia. Desarrollo, vaivenes y desigualdad*. Madrid, España: Secretaría General Iberoamericana, 2010.

- Brändle, Gaspar. "Consumo y cambio social en España: evolución en el equipamiento doméstico (1983-2005)". *Reis*, no. 120 (2007): 75-114.
- Bowden, Sue. "Credit Facilities and the Growth of Consumer Demand for Electric Appliances in the 1930s". *Business History* 32, no. 1 (1990): 52-75.
- Bowles, Samuel. "Endogenous Preferences: The Cultural Consequences of Markets and Other Economic Institutions", *Journal of Economic Literature* 36, no. 1 (1998): 75-111.
- Bulmer-Thomas, Víctor. *La economía política de Centroamérica desde 1920*. San José: Costa Rica: Editorial Universitaria Centroamericana, EDUCA, 1989.
- . *La historia económica de América latina desde la Independencia*. México: Fondo de Cultura Económica, 1998.
- Carosio, Alba. "El género del consumo en la sociedad de consumo". *La ventana*, no. 27 (2008).
- Castel, Robert. *Las metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado*. Buenos Aires: Paidós, 1977.
- Chackiel, Juan. *La dinámica demográfica en América Latina*. Santiago de Chile: Publicación de las Naciones Unidas, 2004.
- Chant, Sylvia. "Las unidades domésticas encabezadas por mujeres en México y Costa Rica: perspectivas populares y globales sobre el tema de las madres solas", en *Divergencias del modelo tradicional. Hogares de jefatura femenina en América Latina*. México: CIESAS, 1999.
- Contreras, Jesús. "Cambios sociales y cambios en los comportamientos alimentarios en la España de la segunda mitad del siglo XX". *Anuario de Psicología*. Universidad de Barcelona 30, n.o 2 (1999):25-42.
- Cortina Adela. *Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global*. España: Santillana Ediciones Generales, 2002.
- Cohen Lizabeth. "A consumer's republic the politics of mass consumption in postwar America". New York: *Knopf*, 2003. (Review).

- Cohen, Isaac “Sustitución de importaciones e integración económica en el desarrollo de Centroamérica (1950-1980)”, en *Industrialización y Estado en la América Latina*”. *La leyenda negra de la Posguerra*, comp. Enrique Cárdenas, José Antonio Ocampo y Rosemary Thorp. México: Fondo de Cultura Económica, 2003.
- Cuevas, Rafael. *El punto sobre la “i”: políticas culturales en Costa Rica (1948-1990)*. San José, Costa Rica: Ministerio de Cultura Juventud y Deportes, Dirección de Publicaciones, 1995.
- Everett, Rogers M. *Diffusion of innovations*, 5.a ed. New York: Free Press, 2003.
- Foley, Gerald. «The cooperative experience in Costa Rica», en *The challenge of rural electrification. Strategies for developing Countries*. Washington, D.C.: Resources for the future, 2007.
- Fonseca, Vanesa. “De la plaza a la lata. La industrialización de los tamales por Gebhardt Chili. Powder Co. Texas 1898-1924”, en *Alimentos, consumo y calidad en la construcción de la identidad mesoamericana*, comp. Patricia Vega, 37-54. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica ,2012.
- Foreman-Peck, James. *Historia Económica Mundial*. United Kingdom: Prentice Hall international, 1995.
- Fitzgerald, Gerard y Gabriella M. Petrick. “In Good Taste: Rethinking American History with Our Palates,” *OAH Magazine of History* 95, no. 2 (2008): 392–404.
- Frank, Trentmann, “Beyond Consumerism: New Historical Perspectives”. *Consumption. Journal of Contemporary History*, 39, no. 3 (2004): 373-401.
- García Canclini, Néstor. *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la Globalización*. México: Grijalbo, 1995.
- García Canclini, Néstor. *El consumo cultural: una propuesta teórica*. Colombia: Convenio Andrés Bello, 2006.
- García, George. *Formación de la clase media en Costa Rica. Economía, sociabilidades y discursos políticos (1890-1950)*. San José: Editorial Arlekin, 2014.

- Garnier, Leonardo y Fernando Herrero. *El Desarrollo de La Industria En Costa Rica*. Heredia, Costa Rica: EUNA, 1981.
- Garnier, Leonardo. «La economía centroamericana en los ochenta: ¿nuevos rumbos o callejón sin salida?», en *Historia general de Centroamérica*, vol. 6 (España: Sociedad Estatal Quinto Centenario, 1993).
- Graeber, David. “Consumption” *Current Anthropology* 52, no. 4 (2011): 489-511.
- Girbal, Noemí y María Ospital, “Vivir con lo nuestro”: Publicidad y política en la Argentina de los años 1930”. *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, no. 78 (2005):49-66.
- González, Yamileth y María Pérez. “Fuentes periodísticas y discurso histórico,” *Ciencias Sociales*, 47 (1990):15-25.
- González, Alfonso. *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2005.
- González, Alfonso. *Vida Cotidiana en la Costa Rica del siglo XIX: un estudio psicogenético*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1997.
- Herrera, Aura Nidia y José Ignacio Ruíz. “Estudios Descriptivos”. En *La Investigación En Ciencias Sociales*, 1st ed., *Estrategias de Investigación* (Universidad Piloto, 2011): 43–64.
- Hess Raúl y et al. *La economía costarricense a mediados del siglo XX*. San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica, Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas, 2008.
- Hopper, Rex. “Cultura de Masas en Latinoamérica”. *Revista Mexicana de Sociología*. 24, no. 3 (1962): 735-750.
- Lapavitsas, Costas. «Commodities and gifts: why commodities represent more than market relations». *Science & Society* 68, n° 1 (2004): 33-56.
- León, Jorge y Gertrud Peters. *El comercio y los mercados en Costa Rica*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2019.

- León, Jorge, Justo Aguilar, Manuel Chacón, Gertrud Peters, Antonio Jara, María Villalobos. *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. Crecimiento y las políticas económicas*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2014.
- León, Jorge. *Evolución del comercio exterior y del transporte marítimo de Costa Rica 1821-1900*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2003.
- León, Jorge, Nelson Arroyo y Andrea Montero. *Historia económica de Costa Rica en el siglo XX. La Industria en Costa Rica en el siglo XX*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2016.
- Maddison, Angus, *Historia del desarrollo capitalista. Sus fuerzas dinámicas. Una visión comparada a largo plazo*, Editorial, S.A. Barcelona, 1991.
- Marín, Juan José y Patricia Vega. *Tendencias de consumo en Mesoamérica*. San José, C.R: Editorial UCR, 2008.
- Mercado, Alfonso., Antonio Juárez y Jesús Aristy. “Un estudio sobre la transferencia de tecnología en la industria mexicana del vestido”. *Demografía y economía* 14, no. 2 (1980): 179–213.
- Mérianne, Florence. “Las relaciones de género en el mundo obrero industrial costarricense entre 1960y 1980: El caso del sector textil en el área metropolitana de San José”. Tesis de Maestría, Universidad de Costa Rica, 2019.
- Mora Carvajal, Virginia. “Mujer e historia: La obrera urbana en Costa Rica (1892-1930)”. Tesis de Licenciatura, Universidad de Costa Rica, 1992.
- . «Rompiendo mitos y forjando historia. Mujeres urbanas y relaciones de género en el San José de los años veinte». Maestría, Universidad de Costa Rica, 1998.
- Milanesio, Natalia. *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2014.
- Molina, Iván. *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, 2002.

- Molina, Iván *La educación en Costa Rica de la época colonial al presente*. San José, Costa Rica: Editoriales Universitarias Públicas Costarricenses, 2016.
- Petrick, Gabriella. “An Ambivalent Diet: The Industrialization of Canning,” *OAH Magazine of History*, 24, no. 3 (2010): 35–38.
- Pennel, Sara. “Consumption and Consumerism in Early Modern England”. *The Historical Journal* 42, no. 2 (1999): 549-564.
- Pérez, Héctor *La población de Costa Rica, 1750-2000: una historia experimental*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2010.
- Pérez, Inés. *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970*, 1.^a ed. Buenos Aires: Biblos, 2012.
- Pilcher, Jeffrey. *Food in World History*. New York: Routledge, 2006.
- Preston, Theresa. “‘Gallo Pinto’: Tradition, Memory, and Identity in Costa Rican Foodways.” *The Journal of American Folklore* 122, no. 483 (2009.): 11–27.
- Reyes, Raquel, “Modernizing the Manileña. “Technologies of Conspicuous. Consumption for the well to –do woman. Circa 1880s-1930s”. *Modern Asian Studies*, no.46, (2012):193-220.
- Rocchi, Fernando. “Consumir es un placer: La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado”. *Desarrollo Económico* 37, no. 148 (1998): 533-558.
- Rodríguez, Eugenia. “Inventando el día de la madre en Costa Rica: 1890-1932”. *Reflexiones*, n° 75 (1995): 33-42.
- . *Los discursos sobre la familia y las relaciones de género en Costa Rica (1890-1930)*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2003.
- . *Las familias costarricenses durante los siglos XVIII, XIX y XX*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2008.

- Rodríguez, Gloriana. “Las mujeres, sus cuerpos y sus bellezas: prácticas y rituales en la Costa Rica del periodo 1950-1980.” *Memorias: Revista Digital de Arqueología e Historia desde El Caribe*, no. 30 (2016.): 98–126.
- Rodríguez, Rafael. “Cultura de élites y cultura popular en la época de la sociedad de masas (1930-1979)”. *Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, no.79 (2001): 89-98.
- Rodríguez, Humberto Alexis y Rodrigo Malaver Rodríguez, “El análisis del discurso como estrategia de investigación.”, en *La Investigación en Ciencias Sociales*, ed. Pablo Páramo, 1.^a ed., Estrategias de Investigación (Universidad Piloto, 2011), 226.
- Rojas, María, María Cartín, y Guillermo Aguilar, “La industrialización alimentaria en Costa Rica a finales del siglo XX y principios del XXI: de los estancos a los supermercados”, *Revista Herencia* 28, n.º 1 (2015): 31-46.
- Román, Carolina. *Importación de bienes de consumo duradero y crecimiento económico en América Latina (1890-1913)*. Programa Interuniversitario de Doctorado en Historia e Instituciones Económicas. Universidad de Barcelona, 2006.
- Rosero, Luis y John Casterline. “Difusion por interacción social y transición de la fecundidad: evidencia cuantitativa y cualitativa de Costa Rica”, *Programa Centroamericano de Población*, n.º 61 (1995): 28-78.
- . *La explosión demográfica*, en *Costa Rica en el siglo XX*, San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia, 2004.
- Rovira, Jorge. *Estado y Política Económica en Costa Rica 1948-1970*. Editorial Porvenir S.A., 1998.
- Rovira, Jorge. *Costa Rica en los años 80*. San José, Costa Rica: Editorial Porvenir S.A., 1987.
- Sack, Robert. “The Consumer's World: Place as Context”. *Annals of the Association of American Geographers* 78, no. 4 (1988): 642-664.
- Schlerth, Thomas J. “Material Culture Studies in America”. Nashville, Tennessee: *The American Association for State and Local History*, 1981.

- Sandoval, Carlos. *Sueños y sudores en la vida cotidiana. Trabajadoras y trabajadores de la maquila y la construcción en Costa Rica*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1997.
- Sklair, Leslie y Marcela Pineda Camacho. “Las Maquilas En México: Una Perspectiva Global”. *Revista Mexicana de Sociología* 54, no. 2 (1992): 163–83.
- Spiekermann, Uwe. “Twentieth-Century Product Innovations in the German Food Industry,” *The Business History Review*, 83, no. 2 (n.d.): 291–315.
- Thorp, Rosemary. *Progreso, pobreza y exclusión. Una historia económica de América Latina en el siglo XX*. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo Unión Europea, 1998.
- Tobey, Ronald C. *Technology as a freedom. The new deal and the Electrical Modernization of the American Home*. Los Angeles, California: University of California Press Berkley, 1996.
- Veblen, Thorstein. *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica, 2008.
- Vega, Patricia. “De la banca al sofá. La diversificación de los patrones de consumo en San José (1857-1861)”. *Revista de Historia*, no. 24 (1991): 53-87.
- . “Alimentos e identidades trabajadores de las bananeras costarricenses 1934)”. *Revista de Ciencias Sociales* IV, no. 99-110 (2002): 99-110.
- . *Con sabor a tertulia: historia del consumo del café en Costa Rica, 1840-1940*. San José: Editorial Universidad de Costa Rica, 2004.
- . “Consumo de bebidas alcohólicas, publicidad y diversiones en Costa Rica (1900-1930)”. *Revista Reflexiones*. 1, no. 88 (2009):15-35.
- . “Centroamérica en oferta. Los libros azules (1914-1916)”. *Anuario de Estudios Centroamericanos*. 35/36 (2009-2010): 69-105.
- . *Alimentos consumo y calidad en la identidad de la construcción mesoamericana*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2012.

Viales, Ronny y David Díaz. *Historia de las desigualdades sociales en América Central. Una visión interdisciplinaria siglos XVIII-XXI*. San José, Costa Rica: Centro de Investigaciones de América Central, 2016.

Wallerstein, Immanuel. *Análisis de sistemas-mundo: una introducción*. México: Siglo XXI, 2005.

Yúdice, George. “Civil Society, Consumption, and Governmentality in an Age of Global Restructuring: An Introduction”, *Social Text*, no. 45 (1995): 14.

Zaldúa, Alexei. “El Análisis del discurso en la organización y representación de la información-conocimiento: elementos teóricos”, *Acimed* 14, no. 3 (2006): 1–16.: 1-12.

Anexos

1.

Porcentajes de hogares con calentador de agua según ocupación del jefe, 1963-1984

Categorías de ocupación	Área metropolitana			Fuera del área metropolitana		
	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Profesionales técnicos y ocupaciones afines	43,0	37,8	36,9	15,1	9,4	12,8
Gerentes administradores y directivos	53,8	64,1	49,1	12,4	31,1	28,1
Empleados de oficina y ocupaciones afines	26,0	30,7	33,3	9,4	14,3	19,0
Vendedores y ocupaciones afines	20,0	30,0	32,5	6,1	11,5	16,1
Agricultores, ganaderos, pescadores, cazadores madereros, mineros, canteros y afines	9,7	11,2	13,1	0,8	1,3	2,7
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	8,3	12,0	20,3	3,3	6,6	10,8
Artesanos y operarios relacionados a la hilandería, otros artesanos y operarios	7,9	12,9	16,8	2,3	8,6	8,1
Obreros y jornaleros	2,5	5,9	15,1	0,9	1,9	3,4
Servicios personales y ocupaciones no identificables	4,2	9,3	13,5	2,3	3,2	5,8
Total	17,2	25,3	28,9	2,1	4,9	8,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), censos de población y vivienda 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

2.

Porcentajes de hogares con cepillo eléctrico según ocupación del jefe, 1963-1984

Categorías de ocupación	Área metropolitana			Fuera del área metropolitana		
	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Profesionales técnicos y ocupaciones afines	52,0	43,1	43,2	19,2	11,6	17,7
Gerentes administradores y directivos	52,7	70,8	65,4	15,5	39,1	39,3
Empleados de oficina y ocupaciones afines	38,8	43,7	45,2	18,8	24,1	32,4
Vendedores y ocupaciones afines	29,0	40,4	43,7	5,9	16,5	27,2
Agricultores, ganaderos, pescadores, cazadores, madereros, mineros, canteros y afines	11,2	14,0	19,7	0,9	1,9	4,8
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	13,2	25,6	33,4	3,3	12,4	23,0
Artesanos y operarios relacionados a la hilandería, otros artesanos y operarios	11,6	21,6	26,3	3,3	8,6	15,7
Obreros y jornaleros	4,2	10,9	20,7	1,4	4,1	12,4
Servicios personales y ocupaciones no identificables	8,4	14,9	24,0	1,5	5,2	11,8
Total	21,6	32,9	28,9	2,5	7,0	14,1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), censos de población y vivienda 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

3.

Porcentajes de hogares con radio según ocupación del jefe, 1963-1984

Categorías de ocupación	Área metropolitana			Fuera del área metropolitana		
	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Profesionales técnicos y ocupaciones afines	93,0	85,0	90,1	77,3	72,0	76,3
Gerentes administradores y directivos	97,8	93,9	96,7	84,5	86,1	89,7
Empleados de oficina y ocupaciones afines	89,3	89,0	94,0	74,3	83,6	89,7
Vendedores y ocupaciones afines	79,8	85,9	91,2	68,7	81,3	85,7
Agricultores, ganaderos, pescadores, cazadores, madereros, mineros, canteros y afines	61,2	76,5	81,9		73,9	71,2
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	79,3	83,9	90,3	72,7	78,8	84,7
Artesanos y operarios relacionados a la hilandería, otros artesanos y operarios	76,2	81,1	87,0		76,6	80,5
Obreros y jornaleros	63,6	72,9	86,3	46,4	70,8	73,8
Servicios personales y ocupaciones no identificables	64,4	75,6	84,7	51,0	71,7	76,7
Total	76,9	83,0	89,3	45,0	74,5	76,7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), censos de población y vivienda 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

4.

Porcentajes de hogares con televisor según ocupación del jefe, 1963-1984

Categorías de ocupación	Área metropolitana			Fuera del área metropolitana		
	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Profesionales técnicos y ocupaciones afines	40,0	72,5	53,6	17,4	31,4	36,3
Gerentes administradores y directivos	49,5	91,6	65,3	12,4	71,8	51,2
Empleados de oficina y ocupaciones afines	34,3	78,7	54,9	11,0	61,0	50,4
Vendedores y ocupaciones afines	25,1	73,6	54,7	8,2	47,9	47,3
Agricultores ganaderos pescadores cazadores madereros, mineros, canteros y afines	7,3	39,7	40,1	0,8	9,1	24,1
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	12,4	72,3	51,1	4,7	50,7	47,1
Artesanos y operarios relacionados a la hilandería, otros artesanos y operarios	12,2	62,3	47,1	3,4	39,6	11,6
Obreros y jornaleros	0,8	43,3	46,3	1,8	26,7	39,4
Servicios personales y ocupaciones no identificables	9,2	52,9	46,0	1,1	29,0	38,1
Total	18,9	66,9	51,7	2,4	24,5	34,9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), censos de población y vivienda 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

5.

Porcentajes de hogares con plancha según ocupación del jefe, 1963-1984

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), censos de población y vivienda 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

Categorías de ocupación	Área metropolitana			Fuera del área metropolitana		
	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Profesionales técnicos y ocupaciones afines	95,5	88,5	90,0	65,7	53,4	67,9
Gerentes administradores y directivos	98,9	96,5	97,6	72,2	85,0	84,7
Empleados de oficina y ocupaciones afines	92,7	95,1	96,9	74,9	84,3	94,9
Vendedores y ocupaciones afines	79,8	88,4	92,7	54,2	69,5	86,8
Agricultores ganaderos pescadores cazadores madereros, mineros, canteros y afines	60,7	61,6	70,8	12,2	21,7	40,9
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	86,8	91,1	94,2	70,7	77,2	89,6
Artesanos y operarios relacionados a la hilandería, otros artesanos y operarios	78,4	85,4	88,2	59,2	69,6	81,1
Obreros y jornaleros	62,7	69,5	88,7	43,2	57,2	76,4
Servicios personales y ocupaciones no identificables	68,2	78,6	86,3	51,3	60,0	74,8
Total	79,0	85,7	90,1	28,2	44,0	64,3

6. Cantidad de hombres empleados en establecimientos comerciales

Rama comercial	1952	1958	1964	1975
Total de empleados en los establecimientos comerciales	14367	19484	16959	37760
Venta alimentos, bebidas y tabaco	8475	9546	11284	16715
Venta hilos, tejidos y artículos de vestir	1147	1398	1540	6474
Venta de artículos, mobiliario y uso doméstico	74	648	527	2047
Venta maquinaria y ferretería	297	704	719	2496
Otros establecimientos comerciales al por menor	4374	7188	2889	10028

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC) censos comerciales de Costa Rica 1953, 1958, 1964 y 1975. Elaboración propia.

7. Cantidad de mujeres empleadas en establecimientos comerciales

Rama comercial	1952	1958	1964	1975
Total de empleadas en los establecimientos comerciales	5845	7617	7422	11728
Venta alimentos, bebidas y tabaco	2787	3012	4283	5186
Venta hilos, tejidos y artículos de vestir	1172	1617	2028	3489
Venta de artículos, mobiliario y uso doméstico	21	137	125	539
Venta maquinaria y ferretería	60	74	163	334
Otros establecimientos comerciales al por menor	1805	2777	823	2180

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC) censos comerciales de Costa Rica 1953,1958, 1964 y 1975.Elaboracion propia.

8. Cantidad de hombres empleados en las ramas industriales

Rama industrial	1952	1958	1964
Todas las ramas	16925	28174	26926
Industrias manufactureras de productos alimenticios	8069	14494	10050
Industrias de bebidas	461	737	782
Fabricación de textiles	259	674	1090
Fabricación de calzado, prendas de vestir y otros artículos	2102	3019	3124
Construcción y reparación de maquinarias, aparatos accesorios y artículos eléctricos	160	174	455
Otras industrias	5874	9076	11425

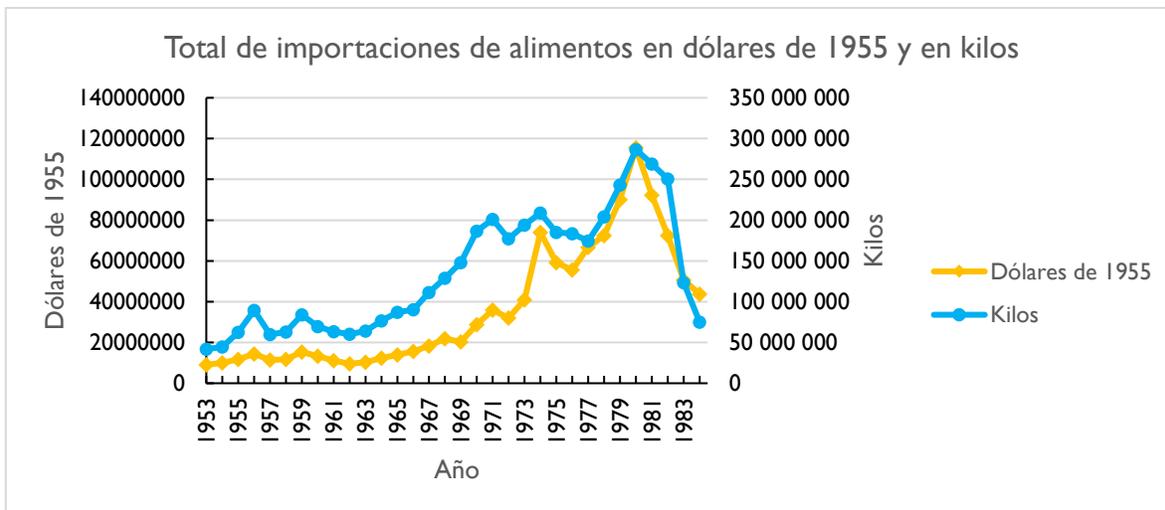
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC) censos comerciales de Costa Rica 1953,1958, 1964 y 1975.Elaboracion propia.

9. Cantidad de mujeres empleadas en las ramas industriales

Rama industrial	1952	1958	1964
Todas las ramas	2509	3897	6328
Industrias manufactureras de productos alimenticios	886	1159	2232
Industrias de bebidas	97	163	101
Fabricación de textiles	270	679	1190
Fabricación de calzado, prendas de vestir y otros artículos	611	966	1362
Construcción y reparación de maquinarias, aparatos accesorios y artículos eléctricos	10	9	26
Otras industrias	635	921	1417

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC) censos comerciales de Costa Rica 1953,1958, 1964 y 1975.Elaboracion propia.

10. Gráfico de importaciones de alimentos en dólares de 1955 y kilogramos



Fuente: Anuarios de Comercio Exterior del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC). Elaboración propia.

11.



Fuente: *La Nación*, martes 25 de agosto 1953 p.6

12.

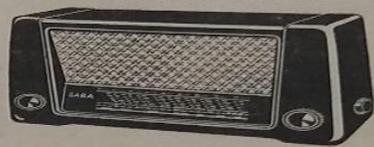
ALMACENES
San Gil
 Ropa y Zapatos para toda la familia con los mejores precios, tiendas bien surtidas y la atención que usted merece.
 "LOS ESPERAMOS"
MAS BARATO... NADIE...

<p>Grandioso surtido en Jeans las mejores marcas LEE, MC JEANS, HOSS, STOP, CACTUS con los precios más bajos.</p> 	<p>Jackets y Chaquetas, muy lindo surtido Israel Manhattan, Calidad, La Font, Pingüino, Pears, Rue D'Anjou,</p> 	<p>Camisas Sport en fino punto italiano Rue D'Anjou, Canopeli, Eiffel, Israel Lee, otras desde 2 años a 80 años</p> 	<p>Zapatos de todas marcas y modelos por el precio de marcas, caballeros con los precios SAN GIL</p> 
<p>DEPARTAMENTO DE NIÑOS 3er. PISO Depto. Niños 3 piso Visite nuestro depto. de juguetes con muñecas, bicicletas BMX, videojuegos y pastas, carros electrónicos planos, curvas y muchas más cosas a precios muy cómodos.</p> 	<p>Zapatos para señora de vestir en varios colores y tacones ¡MUY LINDOS! DESDE ₡ 299.95</p> 	<p>pantalones de vestir finos Calidad, Pingüino J.R., Stop, Lee Little Pock -</p> 	<p>Depto. de Caballeros CAMISAS Sport y vestir de la alfama de marca Wilson desde ₡ 589.95</p> 
<p>Gran surtido de ropa íntima de las marcas Lovable, P. Pan, Leonisa Lux Form, Movie - Star, Letty, etc. todo a Precios San Gil</p> 	<p>DEPARTAMENTO DE NIÑOS 3er. PISO Camisas sport de las marcas Intex O'Lion, Canopeli, R. D'Anjou, Wilson etc. 179.95</p> 	<p>DEPARTAMENTO DE NIÑOS 3er. PISO Lindos vestidos de niña y juveniles desde ₡ 199.95. Enaguas Maczella y Corduroy, Montecarlo, Bambini, Hesu. Jackets muy finos de las mejores marcas a precio San Gil</p> 	<p>DEPARTAMENTO NIÑOS 3er. PISO Jeans Straco y rasas, mezclilla y corduroy de las marcas Lee, Stop, Moss, Bon Bon, Montecarlo, Circus, etc. en tallas de 2 a 18 de casimir del 2 a 14 desde ₡ 589.95</p> 
<p>DEPARTAMENTO DE DAMAS Jean Strach de rayas, corduroy y mezclilla, de vestir en gabardina oliva, caamir, etc. Enaguas de casimir, etc. Vestidos muy lindos desde ₡ 199.95 todos los precios a su alcance.</p> 	<p>Síntano de las gangas Gran surtido de telas en sedas Georgette, chinz, corduroy, casimires, etc. A los mejores de Costa Rica</p> 	<p>2º PISO depto. Hogar Artículos para regalo con tela de alta presión, juegos de platos, cubiertos de aluminio, termos, platos de aluminio, vajillas, platos, vajillas, etc. Con precios de San Gil.</p> 	<p>DEPARTAMENTO NIÑOS RECIENTE NACIDOS 3er. PISO Juguetes Pijamas, gorros, abrigos, cobijas pañales, porta biberón, andadores, cochecitos y todo lo que necesita para el bebé a Precios San Gil</p> 
<p>Guayaberas docoma 8 colores bordadas Wilson y nicas desde ₡ 495.95</p> 	<p>Suéters de damas y caballero en lana acrílica tejidos muy bonitos y elegantes</p> 	<p>Depto. damas Cosméticos, Perfumes, Estuches de Perfumes para Regalo, en las Marcas Helena Rubinstein, Maybelline Revlon, Coty, Maja de Mirurgia, London Girl, Tenue de Daley, Coquette, etc.</p> 	<p>Depto. caballeros Artículos para regalo perfumes, estuches de pañuelos y de medias, fajos y billeteras de cuero marca Frank Kott con los mejores precios</p> 
<p>Zapatos fuga de Adoc Bota ₡ 609.95 Zapatilla ₡ 513.95 un verdadero regalo</p>	<p>SU COMPRA DE NAVIDAD para toda la familia APARTELA con sólo el 10% TODO LO QUE QUIERA</p>	<p>ALMACENES San Gil A.K.B. SIGLO XX LA FINEZA EL YAYABO Almacenes MIAAMI ULTRA EL TITAN EL VOLCAN UNIDAS PARA VENDER MAS BARATO</p>	<p>SAN JOSE ALAJUELA CARTAGO GUADALUPE TURRIALBA</p>

Fuente: *La Nación*, jueves 20 de diciembre 1984, p.29

13.

Nueva remesa de los famosos RADIOS
SABA
 Extraordinaria tonalidad con una recepción de onda corta sobresaliente. Muebles bellísimos en acabado de nogal. Lo invitamos a que nos visite y admire los cuatro distintos modelos del Radio más fino que se ha producido. Éxito cumbre de la radiotécnica alemana.
SINTONIA PERFECTA TONO DE CONSOLA



EXPORT W 100 — El modelo incomparable con 4 bandas, 7 válvulas, parlante de 7 pulgadas.

OTTO J. ANDRE LTDA.
 Importadores — Exportadores — Distribuidores
 TELEFONO Nº 4717 — APARTADO Nº 2362
 75 varas al Este de Paquetes Postales

También ofrecemos la maravillosa REFRIGERADORA
SABA K-70

- Refrigerador automático de absorción
- Trabajan con cualquier voltaje
- Graduable a la temperatura deseada
- Sin motor
- Sin compresor
- Sin partes móviles
- No hacen ruido
- Treinta cubitos de hielo por hora
- Gastan únicamente 120 vatios
- Cerradura muy práctica y con llave.

TAMAÑO MUY COMODO Y PRECIO MUY ECONOMICO



Fuente: *La Nación*, domingo 23 de agosto 1953, p.9.

14.

CAMA MATRIMONIAL
con colchón
en tina caobilla
€ 2.990

LAVADORA
Importada con secadora 6 kilos
€ 15.950
+ I.V.

COCINA
Porcelanado 3D - Horno
AHORA € 8.450 + I.V.

QUI QUI RI QUI!
LOS PRECIOS BAJOS ESTAN AQUI!

BICICLETAS, TRICICLOS Y VELOCIPEDOS
Todos los tamaños
DESDE € 1.650

T.V. Blanco y Negro Ahora
€ 6.890 + I.V.

TV COLOR
Importado 35 cms. UHF y VHF
AHORA € 19.890 + I.V.

ALMACENES ESTRELLAS
'El Gallo más Gallo'

Y ASOCIADOS:

EL GALLO MAS GALLO Calle 1 y Avenida 11 Tel. 51-12-11	ALAJUELA TECO Distribuidores	SAN JOSE EL GALLO MAS GALLO 75 años de Embajada Fonolista	GUADALUPE EL GALLO MAS GALLO Edificio comercial 700 años de la Iglesia € 23.75	CARTAGO EL GALLO MAS GALLO Frente al Colegio Frente a Banco C.R. S.A. Hoytel - Tel. 51-07-67	LIMON Almacén EL GALLO MAS GALLO 50 años de importación Tel. 55-19-23	SAN CARLOS EL GALLO MAS GALLO Calle Comercio y Calle Calle Comercio y Calle Calle Comercio y Calle
--	--	--	--	--	---	--

Fuente: *La Nación*, jueves 20 de diciembre 1984, p.7.

15.

EL MEJOR LUGAR PARA SUS COMPRAS, ESPACIO, SURTIDO, BUEN PASEO, Y LA MEJOR ATENCION; SOMOS EL MAS JOVEN Y DINAMICO SUPERMERCADO DE COSTA RICA.

Super DAN
EL SUPERMERCADO QUE VENDE MAS BARATO
CARTAGO, C. R.
800 metros al este de SACRA
Tel. 51-08-78 - Agosto, 278.

OPERTA ESPECIAL
en refrigerante tipo-casaca
Pirras de nopal, con
precio especial y
10% de Desc.

CHOCOLATES TOBLER
Toda el mundo
tiene Tobler.

PANTY KATY
TRICIA
OPORTUNIDAD
€ 2.90
COLONIA
DE MODA

GALLETAS POZUELO
SODA DE 1/2 LIB.
€ 2.60
FAMILIA ROJA
€ 5.90
FAMILIA FLOREASA DE 1/2
€ 12.90
FAMILIA BIG BEN
€ 12.70

HAGA EL MEJOR REGALO DE NAVIDAD
CANASTA
Bien surtido, de lo mejor en mercadería y originariamente decorada.

Hemos recibido 24 variedades de los famosos Pavos para Ud. comestibles, salmoreo, etc.

PAVOS
RESERVE CON TIEMPO SU PAVO DE NAVIDAD.
€ 13.50
LIBRA

KRAFT
MAYONESA KRAFT € 2,80
MAYONESA KRAFT € 4,90
MAYONESA KRAFT € 7,95
MAYONESA KRAFT € 14,90

RECIBIMOS:
NUECES, ALMENDRAS, AVELLANAS,
FRUTAS GARANTIZADAS.
FRUTA AMERICANA
MANZANAS ROJAS GOLDEN
PERAS

JUGUEMOS A LAS MARCAS
PIDA SUS CARTONES Y JUEGUE LOS MIÉRCOLES EN CANAL 7 A LAS 7 P.M.

INTEX

Fuente: *La Nación*, lunes 23 de diciembre de 1974, p.5.

16. Permiso legal de uso de imágenes Grupo Nación

FORMULARIO SOLICITUD USO DE FOTOGRAFIAS Y DOCUMENTACION

Solicitante persona jurídica: _____
 Número de cédula jurídica: _____
 Representante legal con poder suficiente: _____
 Número de cédula de identidad: _____
 Medio para recibir comunicaciones: _____

Solicitante persona física: María Daniela Moreno Vargas
 Número de cédula de identidad: 90240839
 Medio para recibir comunicaciones: dany-moreno@hotmexul.com / 86107126

El suscrito, en mi condición indicada, solicito autorización a GRUPO NACION GN S.A como titular de derechos sobre los contenidos que se indicarán, para que autorice el uso de dicho material exclusivamente a favor del solicitante en la condición indicada, de acuerdo a los siguientes requerimientos:

DESCRIPCIÓN DEL MATERIAL REQUERIDO:
 (detallar cuál es el material solicitado, por ejemplo fotografías, publicaciones, indicando fechas y cualquier otro elemento que permita la identificación)
Anuncios publicitarios de los años: 1953, 1955, 1974, 1965, 1989.
Concursos de los años: 1973, 1977.

TIPO DE USO QUE SE LE VA A DAR AL MATERIAL:
 Comercial Privado/personal

DETALLE DEL USO:
 (Detallar en forma precisa el uso, identificando el medio en que se va a utilizar el material, el periodo o número de utilizaciones, y cualquier otro aspecto de relevancia para efectos de la autorización).
Estos imágenes serán usadas como ilustraciones en tesis de maestría en Historia de la Universidad de Costa Rica. Eventualmente podrán salir en artículos académicos con fines intrínsecamente académicos y educativos no comerciales.
La presente gestión contiene un costo administrativo + IVA que deberá ser cancelado de previo a la entrega del material.

Grupo Nación GN S.A. hace la salvedad de que en el supuesto de que el contenido del material, incluya una imagen, en cualquier tipo de presentación, los derechos sobre esta son de su titular, por lo que el solicitante asume la responsabilidad de obtener la debida autorización y exime a Grupo Nación GN S.A. de todo tipo de reclamo en relación con estos derechos.


FIRMA DEL SOLICITANTE
 (adjuntar número y copia de cédula de identidad y personería según el caso)

Grupo Nación GN S.A. como titular de los derechos de autor sobre los contenidos antes descritos, emite formal autorización a favor del Solicitante, exclusivamente y en relación al uso que se declaró en esta solicitud. El contenido sólo se autoriza en forma total, completa e íntegra, no pudiendo ser modificada o editada de ninguna manera, salvo autorización expresa y por escrito de Grupo Nación. La presente autorización tendrá vigencia a partir de la firma del representante legal de Grupo Nación GN S.A. en el presente formulario.

OBSERVACIONES RELEVANTES:

Por Grupo Nación GN S.A. Firmado por PATRICIA LUCIA CENTENO JIMENEZ (FIRMA)
 PERSONA FISICA, CIP-06-0091-024
 Fecha de emisión: 29/07/2022 05:52 PM
 Este representante digitalizó la fecha de emisión. Valida siempre la firma.