

**UNIVERSIDAD DE COSTA RICA  
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**CAFÉ, CONSUMO Y SOCIABILIDAD EN COSTA RICA  
(Historia económica, social y cultural del consumo del café 1840-1940)**

**Tesis sometida a la consideración de la Comisión del  
Programa de Estudios del Posgrado en Historia para optar al grado  
de Doctor en Historia**

**Grace Patricia Vega Jiménez**

**Ciudad Universitaria "Rodrigo Facio", Costa Rica  
2002**

510601  
SIST 5617

SISTEMA DE INVESTIGACIONES HISTÓRICAS DE COSTA RICA

CAPÍTULO CONSUMO Y SOCIALIZACIÓN EN COSTA RICA  
(Historia económica, social y cultural del consumo del café 1880-1940)

Programa de Estudios de Historia y Cultura del Café  
de la Universidad de Costa Rica

11 MAR 2016

C2/2

# 25432

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA  
Centro de Investigaciones  
Historicas de  
América Central  
CENTRO DE DOCUMENTACIÓN



TESIS  
151  
c2

MFN  
cepal - 4559  
gnral - 19148

## DEDICATORIA

*A JORGE DELIYORE ROMERO  
MI ESPOSO, COMPAÑERO Y AMIGO*

## AGRADECIMIENTOS

Gracias a don Héctor, el director de este trabajo por su confianza y apoyo. Sus consejos, sus indicaciones bibliográficas y de fuentes, sus vastos conocimientos, resultaron imprescindibles para la ejecución y desarrollo de esta tesis. Él fue el que nos proporcionó el valor para continuar y nos mostró el sendero adecuado. Sin su ayuda hubiese resultado imposible avanzar.

El Doctor Víctor Hugo Acuña, acucioso, meticulado, proporcionó la idea y estuvo en la génesis del proceso, orientó la tarea, ayudó a enderezar el camino y su colaboración fue sin duda indispensable para que la investigación se llevara a cabo.

Durante la pasantía doctoral en Hannover, Alemania, la asesoría del Dr. Volker Wüenderich fue realmente importante para orientar el trabajo en su génesis. Sara Aguilar nos recibió en su casa en Hannover y nos proporcionó su amistad, su confianza y el cariño y la comprensión que necesitábamos lejos de nuestra familia y amigos. Ella nos hizo sentir en casa.

En el transcurso de una tesis, especialmente en un proyecto de posgrado, surgen colaboradores a quienes se les agradece infinitamente. El Doctor Carlos Sandoval, y la M.Sc. Mariana Campos, compañera del programa, a pesar de sus múltiples ocupaciones, leyeron los documentos en su primera versión. Sus sugerencias fueron tan valiosas que nos permitieron reformular mucho de lo planteado inicialmente. Mi compañeras del programa doctoral, Ethel García, Silvia Meléndez y Elizeth Paine, siempre tuvieron palabras de apoyo, observaciones importantes, libros, datos, ayudas indispensables para avanzar en el sendero de construcción de un proceso que en ocasiones se tornaba oscuro. Igual lo hicieron las Máster Gertrud Peters, Virginia Mora y Eugenia Ibarra, colegas a quienes en mucho les agradecemos su interés y sus observaciones. Sin duda importante fue la lectura y los preciados aportes que hizo al proyecto la Dra. Elizabeth Fonseca, muchas gracias. Al Dr. Ciro Cardoso, nuestro sincero agradecimiento por su amabilidad en leer y hacer puntillosas observaciones a los borradores. Sus consejos fueron decisivos para dar curso a las hipótesis centrales. También resultaron de mucha ayuda las ideas, observaciones y textos que nos recomendaron los doctores Benjamín Orlove y Steven Topic, gracias a ambos.

La cordialidad y la paciencia para buscar documento tras documento de Olga Cabezas, en el Instituto de Defensa del Café y de la Licda. Rocío Vallecillos en el Archivo Nacional, resultaron básicas para efectuar el trabajo de fuentes primarias. Soportaron nuestra prolongada presencia en esos

sitios y a pesar de las muchas horas y de los múltiples documentos que se les solicitaba, nunca se opusieron, al contrario, buscaban e indagaban más de lo que se les pedía. Gracias.

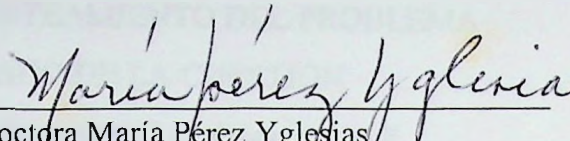
Los asistentes Bertold Salas y Luis Ortiz trabajaron en la Biblioteca Nacional ayudando a buscar información en los periódicos y Guisselle Mena también colaboró en la confección de extensas bases de datos. Muchas gracias a ellos por su ayuda indispensable.

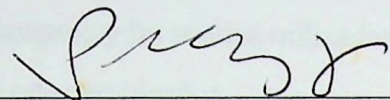
A la Dra. Yamileth González, una colaboradora excepcional, una amiga a quien tanto le debo, mi agradecimiento sincero y mis mayores manifestaciones de cariño.

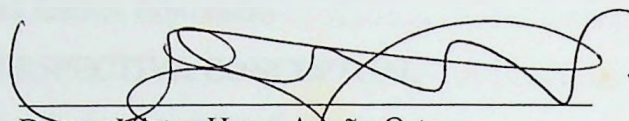
Mi familia, a quien dedico este trabajo, me apoyó siempre. Mi esposo, compañero y amigo Jorge Deliyore, colaboró en todo el proceso. Gracias por siempre. Mis hijos, Pablo, Rocío y Felipe comprendieron y aceptaron que su madre tenía que ausentarse por períodos prolongados y colaboraron sin protestar. Gracias. A mi madre, siempre a mi lado, sus consejos, su apoyo, su comprensión, han resultado básico para mi existencia, un gracias millonario.

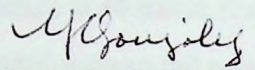
La ayuda de todos fue fundamental para que este trabajo llegara a su fin. Los aciertos se los debo, los errores y omisiones son enteramente mi responsabilidad.

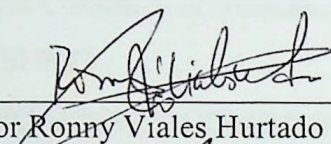
Esta tesis fue aceptada por la Comisión del Programa de Estudios de Posgrado en Historia de la Universidad de Costa Rica, como requisito parcial para optar al grado de Doctor en Historia.

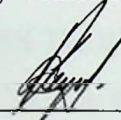
  
\_\_\_\_\_  
Decana del Sistema de Estudios de Posgrado  
Doctora María Pérez Yglesias

  
\_\_\_\_\_  
Director de la Tesis  
Doctor Héctor Pérez Brignoli

  
\_\_\_\_\_  
Asesor  
Doctor Víctor Hugo Acuña Ortega

  
\_\_\_\_\_  
Asesora  
Doctora Yamileth González García

  
\_\_\_\_\_  
Director del Programa de Estudios de Posgrado en Historia  
Doctor Ronny Viales Hurtado

  
\_\_\_\_\_  
Candidata  
Patricia Vega Jiménez

# INDICE

## INTRODUCCIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
ESTADO DE LA CUESTIÓN .....	5
Estudios sobre el consumo del café .....	8
Los conceptos y las teorías utilizadas .....	21
Los métodos empleados .....	22
Las fuentes explotadas .....	24
PERSPECTIVA CONCEPTUAL .....	25
La cultura material en los Annales .....	26
El consumo desde la Historia Social .....	28
La discusión anglosajona del consumo .....	29
La Historia Cultural y el consumo .....	33
EL CONSUMO .....	37
COMUNICACIÓN Y CONSUMO .....	38
HERRAMIENTAS TEÓRICAS PARA EL ANÁLISIS DEL CONSUMO DEL CAFÉ EN COSTA RICA .....	40
LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	43
OBJETIVOS GENERALES .....	43
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	44
HIPÓTESIS DE TRABAJO .....	45
ESTRATEGIA METODOLÓGICA, FUENTES Y SU TRATAMIENTO .....	46
1. <u>Las fuentes</u> .....	46
2. <u>Opciones metodológicas</u> .....	49
CITAS .....	52

## CAPÍTULO 1

### *Surgimiento y difusión del consumo interno de café tostado y molido en Costa Rica (1840-1900)*

INTRODUCCIÓN .....	59
LOS INICIOS DEL CONSUMO: UN PRODUCTO EXÓTICO .....	62
SIEMBRA Y PRODUCCIÓN: HACIA LA POPULARIZACIÓN DEL CONSUMO .....	63
CHOCOLATE Y CAFÉ .....	68
AGUA DULCE .....	74
LOS CAMINOS: SENDEROS DEL CONSUMO .....	76
VIAJEROS: DIFUSORES DE LA COSTUMBRE .....	79
APERTURA DE CAMINOS Y CONSUMO DE CAFÉ .....	81
CONSTRUCCIÓN DEL FERROCARRIL Y CONSUMO DE CAFÉ .....	89
LOS BENEFICIOS Y EL CONSUMO .....	93
PERIODIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ .....	95
CONCLUSIONES .....	99
CITAS .....	101

## CAPÍTULO 2

### *Historia de la torrefacción y del comercio interno del café en Costa Rica (1840-1940)*

INTRODUCCIÓN .....	107
LOS SITIOS DE VENTA .....	110
LOS MOLINOS Y TORREFACTORAS .....	113
ADULTERACIÓN Y PARTICIPACIÓN ESTATAL .....	121
SALUD Y CONSUMO INTERNO .....	125
LA BOLSA DEL CAFÉ .....	131
LA PUBLICIDAD DE LOS TORREFACTORES .....	136
OTROS APOYOS PARA LA EXPANSIÓN DE LA BEBIDA .....	140
LOS ATRIBUTOS MÁGICOS DEL CAFÉ .....	141

CONCLUSIONES .....	145
CITAS .....	147

### CAPÍTULO 3

#### *El café en los espacios privados (1840-1940)*

INTRODUCCIÓN: .....	153
EL CAFÉ EN EL RITMO DE ALIMENTACIÓN DOMÉSTICA .....	157
LA PREPARACIÓN HOGAREÑA DEL CAFÉ .....	163
LA PREPARACIÓN DEL CHOCOLATE .....	168
EL CAFÉ EN LAS ACTIVIDADES SOCIALES .....	169
EL SIMBOLISMO DE LA TAZA DE CAFÉ .....	177
EL CAFÉ: REY DE LA ESFERA DOMÉSTICA .....	182
CONCLUSIONES .....	184
CITAS .....	186

### CAPÍTULO 4

#### *El café en los espacios públicos (1840-1940)*

INTRODUCCIÓN .....	192
LAS PULPERÍAS: SITIOS DE VENTA Y DE REUNIÓN .....	194
LAS POSADAS Y HOTELES .....	199
FONDAS Y RESTAURANTES .....	208
LOS CAFÉS .....	213
CAFETERÍAS Y REFRESQUERÍAS .....	219
CAFETERÍAS Y SALUBRIDAD PÚBLICA .....	221
CAPTURA DE CLIENTES .....	222
LOS DUEÑOS DE CAFETERÍAS .....	227
EL CAFÉ Y LOS PROSTÍBULOS .....	233
SOCIABILIDAD E IDENTIDAD EN LAS CAFETERÍAS .....	238
CONCLUSIONES .....	244

CITAS .....	248
-------------	-----

## CAPÍTULO 5

### *El consumo del café y la identidad nacional del costarricense (1840-1940)*

INTRODUCCIÓN .....	255
LA CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA .....	255
LA NACIÓN COSTARRICENSE .....	257
EL CAFÉ EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD .....	259
EL CONSUMO DEL CAFÉ Y LA IDENTIDAD .....	266
ALIMENTOS E IDENTIDAD .....	269
CONCLUSIONES .....	273
CITAS .....	275
CONCLUSIONES GENERALES.....	280
BIBLIOGRAFÍA GENERAL .....	289

## RESUMEN

Vega Jiménez, Grace Patricia  
Historia del consumo del café en Costa Rica,  
1840-1940.  
Tesis de Posgrado, Doctorado en Historia.-  
San José, CR.  
P.V. Vega J., 2002  
315h.: il.-300 refs.

Esta tesis analiza la evolución histórica del consumo del café en Costa Rica en el período comprendido entre 1840 y 1940. El objetivo es determinar y comprender por qué, cómo y cuándo surge y se desarrolla la costumbre de consumir café en Costa Rica y explicarse la relación entre el consumo de café y el proceso de construcción del sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses.

La exposición se estructura en cinco capítulos; en el primero de ellos titulado “*Surgimiento y difusión del consumo interno de café tostado y molido en Costa Rica (1840-1900)*” se detectan y analizan los factores -endógenos y exógenos- que contribuyen al establecimiento y arraigo de la costumbre en Costa Rica. Se establece una periodización que permite hacer comparaciones entre los distintos momentos históricos de la difusión y expansión del hábito en las diferentes regiones del país y entre los diversos grupos sociales. Igualmente, se estudian las formas de comunicación que se desarrollan y la participación de los diversos grupos mediadores, difusores de la costumbre, para precisar su importancia en la transmisión del hábito de consumir café en el país.

En el segundo capítulo, denominado “*Historia de la torrefacción y del comercio interno del café en Costa Rica (1840-1940)*” se analizan los factores que colaboran en la expansión del café como producto de consumo en el mercado interno de Costa Rica, particularmente los mecanismos de producción, procesamiento, promoción y comercialización del café. Aquí se investigan los molinos y torrefactoras y la acción estatal en torno al consumo del café.

En el tercer capítulo llamado “*El café en los espacios privados (1840-1940)*”, se estudia la manera en como el consumo del café se inserta en la esfera privada y se escudriñan las dinámicas sociales que se generan en torno a su consumo y paralelamente se identifican los valores y/o significados que le atribuyen los diversos grupos sociales al consumo del café.

En el cuarto capítulo designado “*El café en los espacios públicos (1840-1940)*” se indaga sobre el cómo y el cuándo el consumo de café trasciende a la esfera pública buscando determinar las dinámicas sociales que se desarrollan en torno a su ingesta e identificar su influencia en la construcción de los procesos del sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses. Aquí se indaga sobre las pulperías, los hoteles, restaurantes, refresquerías y cafeterías, todos lugares donde el café es servido y además constituyen sitios de sociabilidad.

El quinto capítulo titulado “*El consumo del café y la identidad nacional del costarricense (1840-1940)*”, se pretende detectar la diferencia existente entre la producción y la exportación de café y el consumo de la bebida en el proceso de elaboración de motivos de identidad nacional costarricenses. El objetivo es determinar el lugar que ocupa el consumo del café en el conjunto de motivos de identidad que forjan los costarricenses en el proceso de construcción de la nación.

Palabras claves:

consumo; café; historia; Costa Rica

Director de la investigación: Doctor Héctor Pérez Brignoli

Unidad Académica: Doctorado Centroamericano de Historia

## INDICE DE CUADROS

CUADRO 1-1	
Precios de los víveres en pesos y reales (1713-1876) .....	72
CUADRO 1-2	
Distribución del consumo del café en los campamentos de trabajadores que laboran en la apertura de caminos (1841-1849) .....	85
CUADRO 1-3	
Distribución del consumo del café en los campamentos de trabajadores que laboran en la apertura de caminos (1850-1869) .....	86
CUADRO 1-4	
Promedio de alimentos consumidos en El Presidio, La Boca Jesús María y Susubres en 1844 .....	87
CUADRO 1-5	
Distribución de alimentos entre los empleados de la Costa Rica Railway Company (1873- 1888) .....	91
CUADRO 1-6	
Horarios alimenticios en el Hospital San Juan de Dios y en la Costa Rica Railway Company (1878-1888) .....	92
CUADRO 2-1	
Número de fabricas y molinos de café en Costa Rica (1905, 1907, 1923, 1924, 1925, 1929 y 1950) .....	119
CUADRO 4-1	
Distribución de los negocios de venta de café y licores en Costa Rica (1915) .....	201
CUADRO 4-2	
Distribución de los comercios por provincia y por sexo (1915) .....	207
CUADRO 4-3	

Distribución de mujeres que laboran en sitios de venta de café al público (1864) .....	210
<b>CUADRO 4-4</b>	
Distribución de la edad de los dueños de cafeterías 1915, 1925 y 1930 .....	230
<b>CUADRO 4-5</b>	
Distribución de locales comerciales según nacionalidad del dueño (1915) .....	235

## INDICE DE FOTOS

Foto 1-1 Volante de beneficiador de café (1900) .....	96
Foto 2-1 Anuncio de la Cervecería de G. Richmond .....	110
Foto 2-2 Anuncio de la Pulpería La Merced .....	110
Foto 2-3 Fábrica de café de Fernando Castro, 1921 .....	114
Foto 2-4 El Gallito, 1920 .....	115
Foto 2-5 Fábrica de café La Asturiana, 1912 .....	116
Foto 2-6 Anuncio de la fábrica de café El Grano de Oro .....	136
Foto 2-7 Anuncio de la fábrica de café molido El Telégrafo .....	137
Foto 2-8 Anuncio de café De Familia .....	137
Foto 2-9 Anuncio de café Extra .....	138
Foto 2-10 Anuncio de café Tres Montes .....	138
Foto 2-11 Anuncio de café La Floresta .....	139
Foto 3-1 Pilon. Xilografía de Francisco Amiguetti, 1934.....	163
Foto 4-1 Pulpería La Italia .....	195
Foto 4-2 Anuncio del Hotel La Estrella del Norte .....	197
Foto 4-3 Anuncios de Hoteles, 1857 .....	203
Foto 4-4 Hotel San José, 1871 .....	205
Foto 4-5 Hotel Francés, 1885 .....	205
Foto 4-6 Hotel Français, 1916 .....	206
Foto 4-7 Café La Esmeralda, 1913 .....	218

Foto 4-8 Cafetería La Nacional, 1917 .....	218
Foto 4-9 Anuncio de la Cantina y Café Los Gnomos .....	221
Foto 4-10 Anuncio del salón La Geisha .....	223
Foto 4-11 La Geisha, 1916 .....	223
Foto 4-12 Anuncio del café Petit Trianon .....	226
Foto 4-13 Anuncio del Salón Curling .....	226
Foto 4-14 Xilografía de Francisco Amiguetti .....	236
Foto 4-15 Cafetería Tom & Jerry, Londres siglo XIX .....	239
Foto 4-16 Cafetería en Londres, 1736 .....	240
Foto 5-1 Moneda de dos reales, 1842 .....	260
Foto 5-2 Escudo de Costa Rica, 1848 -1906 .....	261
Foto 5-3 Alegoría de Aleardo Villa, 1897. Billeto de cinco colones, 1981 .....	265
Foto 5-4 Billeto de cinco colones, 1936 .....	266
Foto 5-5 Café de Costa Rica. Oleo sobre tela. Julio Solera, 1932. ....	266

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1	
Número de beneficios (1908, 1928 y 1950).....	94
Gráfico 2-1	
Relación entre kilos y valor de café exportado (1907-1945) .....	123
Gráfico 2-2	
Promedio de kilos de café consumido por año en Costa Rica (1910-1950) .....	133
Gráfico 2-3	
Cantidad de café para consumo nacional (1890-1850) .....	135
Gráfico 4-1	
Relación entre pulperías y habitantes por año .....	199
Gráfico 4-2	
Número de cafeterías según sexo del dueño (1890-1930) .....	217
Gráfico 4-3	

Distribución de locales costarricenses de venta de bebida por año (1915-1930) .....	220
Gráfico 4-4	
Ocupación de los dueños de cafeterías en 1915, en los años de 1904 y 1927 .....	229
Gráfico 4-5	
Ocupación de los dueños de cafeterías en 1925 y 1930 en 1927. ....	232

## INDICE DE MAPAS

Mapa 1-1	
Distribución espacial de la producción de café en Costa Rica 1832-1971 .....	67
Mapa 1-2	
Distribución de caminos en Costa Rica 1840-1900 .....	77
Mapa 1-3	
Costa Rica Beneficios, 1928 .....	94
Mapa 1-4	
Costa Rica Beneficios, 1950 .....	97
Mapa 2-1	
Costa Rica, fábricas de café (1927-1950) .....	120
Mapa 4-1	
Costa Rica, Centros de venta de café (1844-1890) .....	200

## INDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 2-1 .....	134
--------------------	-----

## INTRODUCCIÓN

El café es más que una sencilla infusión de color negro que se consume en la mayoría de los hogares y los sitios públicos de Costa Rica y el mundo. Es una de las bebidas más antiguas y populares del globo. Sin embargo, no siempre ocupó ese lugar de privilegio. Mientras en los siglos XVII y XVIII, en Europa y en los países árabes la costumbre de tomar café se extiende, en América, es la bebida de un selecto grupo de notables y en Costa Rica es prácticamente desconocida. No será sino hasta acercarse la década de 1840, cuando el aromático brebaje, penetra en todos los grupos sociales, en mucho porque su siembra se extiende sin demora.

Sin lugar a dudas, la política, la economía, la sociedad y la cultura costarricense han dependido del café durante muchas décadas. No es casual que al café, como producto de siembra y de exportación, se la haya atribuido la responsabilidad del devenir histórico del país pues no solo fue el principal producto de exportación por más de una centuria, sino también, la vida de miles de personas ha dependido del ciclo del café y la economía de la nación ha estado subordinada a las alzas y bajas de los precios del grano, como también ha influido decididamente en los vaivenes políticos y en el proceso de construcción cultural.

La importancia del grano se destaca en múltiples estudios que, desde diversas perspectivas, han analizado la producción, el procesamiento y la comercialización del café en Costa Rica<sup>1</sup> y los aportes han sido de gran utilidad para comprender el desarrollo socio-económico, político y cultural del país. Pero el café no solo se produce, se procesa y se vende en los mercados internacionales, también se consume en el país y cada vez en mayores proporciones.

Antes de 1840, los costarricenses prefieren en sus ritmos de alimentación diaria, dos bebidas tradicionales: el aguadulce y el chocolate. En poco tiempo, el café no falta en el desayuno, está presente en las comidas intermedias, lo mismo que en el almuerzo y en menor medida en la cena. Entra en los hogares y se extiende a las fondas, restaurantes, refresquerías, sodas y taquillas para luego instalarse oficialmente en las “cafeterías” sin dejar su presencia en los otros establecimientos. En torno al café, se crean las ideas literarias, se planean las guerras, se discuten y se concretan planteamientos políticos...

Ya para 1940 cada costarricense toma más de cinco kilos de café al año y el aguadulce

merma su presencia en las casas campesinas y aún, en los hogares urbanos que cuentan con escasos recursos económicos; mientras el chocolate destaca solo en algunos momentos especiales y esporádicos en las mesas de los sectores populares. En ese año, el café se proclama como “el mejor lubricante de la máquina humana y la bebida más deliciosa que se puede encontrar”, es considerado un estimulante que “alimenta la mente, el cuerpo y la imaginación al mismo tiempo<sup>2</sup>”.

Medio siglo más tarde, Costa Rica ocupa el segundo lugar, después de Brasil con el mayor índice per cápita de consumo de café dentro del conjunto de naciones productoras del grano<sup>3</sup>, actualmente es una bebida obligada en los sitios públicos y privados.

El consumo del café tiene una historia que merece ser contada; esta es una tarea que ha quedado pendiente en los análisis que sobre el grano, se han realizado abundantemente en el país. De hecho, el consumo del café es un asunto que escasamente ha sido considerado por estudiosos centroamericanos y latinoamericanos, a pesar de que los principales productores de café se ubican en América Latina. Costa Rica es una de esas naciones productoras, que importa la costumbre de ingerirlo, cada vez en mayores proporciones, casi paralelamente con el desarrollo del cultivo y no se conoce hasta ahora, cuándo, cómo y por qué, la bebida se introduce en la mesa de los costarricenses, la manera como se combina con otras bebidas -chocolate, té, aguadulce-, su importancia en los procesos de sociabilidad y los significados simbólicos que se le atribuyen al brebaje. Está irresuelta la tarea de analizar el proceso de producción y procesamiento del café para el mercado interno y los mecanismos a través de los cuales se difunde la costumbre.

Este es un trabajo pionero, que desde la perspectiva de la historia del consumo, un espacio de reciente data, pretende reconstruir la historia de una bebida: el café y desde ese prisma, conocer una parte de la historia socio-cultural y económica del país. La ausencia de intentos similares en América Latina, le confieren la originalidad a esta entrega.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El crecimiento en la demanda del consumo indica que el café es más que una bebida que produce satisfacción al ingerirlo, se convierte en una costumbre que penetra en la cotidianidad para permanecer allí. Su génesis debe buscarse en sus raíces y la pregunta primera es ¿Cuándo, cómo y por qué nace y se desarrolla la costumbre de consumir café en Costa Rica? y el año de 1840, indica ser un buen momento, pues es entonces, como se ha mencionado, que se cultiva café en el Valle

Central de Costa Rica y empieza, con éxito, la exportación al exterior. La producción inicia en ese tiempo un proceso expansivo en el territorio nacional mientras que el consumo también se propaga y para 1940, un siglo después, el café se ha convertido en una bebida popular que forma parte indispensable de la dieta del costarricense. En esa centuria se concentra este estudio e incluye cien años porque es en la larga duración donde se puede analizar la evolución –cambios y continuidades– del producto en un contexto y en una conyuntura histórica específica<sup>4</sup>.

El hecho de que el grano se cultive en el país conduce a que se disponga del producto con mayor facilidad pero a pesar de que la relación entre producción y consumo puede ser directa y que el uno determine al otro, también es posible que existan otros factores que posibiliten su expansión. El café parece satisfacer un deseo específico y al hacerlo, el consumo se incrementa. Es necesario comprender qué es lo que hace que la demanda funcione de la manera como lo hace: ¿cómo y por qué sube y en qué condiciones? No basta con dar por sentado que todos tienen un deseo innato por el café o que simplemente lo consumen porque lo tienen disponible. ¿Por qué es el café la bebida común y no lo es el té, el chocolate cuya presencia es evidente desde el período colonial, o el aguadulce extraída de la panela o dulce de caña de azúcar que se cultiva y procesa en Costa Rica desde el siglo XVIII? ¿Cuándo y por qué se convierte en un artículo común y necesario? En otros términos, ¿cuáles son los factores que contribuyen a su difusión y desarrollo?

Más aun, el café permea el comportamiento social, de hecho, como bien lo indica el antropólogo y estudioso del consumo de alimentos, Sidney Mintz, “las transformaciones en la dieta implican alteraciones profundas de la auto imagen de la gente, de sus ideas sobre los valores contrastantes de la tradición y el cambio, de la trama de su vida social cotidiana”<sup>5</sup>. Lo que se come y la forma en que se come o se bebe y los significados que se le atribuyen, indican la manera como los participantes se perciben a sí mismos en relación con los otros. Entonces ¿qué importancia tiene el consumo del café en el proceso de construcción del sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses?

En ese contexto se estudia en las páginas que siguen, la forma como se introduce la costumbre de tomar café en las diversas regiones del país y entre los distintos grupos sociales, los mecanismos de producción, procesamiento y comercialización del producto, cuándo y cómo penetra el consumo del café en la esfera doméstica y cuáles son las dinámicas sociales que se generan en torno a su consumo y cuándo lo hace en la esfera pública. De igual manera, se indagan cuáles son las

construcciones simbólicas que se desarrollan en ambas dimensiones junto al consumo del café.

En todo caso, la ausencia de trabajos previos, la significación del café como producto de exportación y la cuantía de consumo, justifican el tratamiento del tema que además podría servir de prisma para analizar parte de la historia social y cultural del país y ahí radica su importancia. El café comienza a hacerse común en la mesa de los costarricenses cuando se estrenan los contactos con el mundo exterior, particularmente con Europa, cuya versión de modernidad es emulada por los círculos de “notables” que intentan aparejarse con ese cosmos a través del consumo y el uso de diversos bienes ¿es la ingesta de café uno de ellos? En tal caso, se estaría en presencia de la importación de una costumbre, no del producto. Con el consumo de la bebida surgen paralelamente hábitos europeizantes: cafeterías, horarios alimenticios, servicios de mesa, utensilios, formas de sociabilidad, etc., que conducen entonces ¿a una nueva dinámica social? De hecho, nacen nuevas pautas de sociabilidad y de comunicación debido a las cafeterías y a los diversos sitios de reunión donde el café constituye la bebida principal. En cada uno de ellos, se le atribuye al café y a las prácticas que se desarrollan, significados simbólicos particulares ¿dando lugar a una versión local de modernidad?

Por lo demás, aunque aun se discute la relación entre la ciudad y el campo en Costa Rica, quizá muestra una mayor tendencia a la homogeneización relativa que la que se encuentra en otras regiones de Hispanoamérica, lo que facilita la propagación de costumbres. De hecho, esta característica favorece la presencia de grupos de mediación, esto es, transeúntes, viajeros, emigrantes, pobladores de las zonas de cultivo que adquieren tempranamente el hábito y lo propalan por territorios donde el café no es un producto frecuente. La comunicación se establece con rapidez, se difunde la usanza a través de la presencia y de la enseñanza del procesamiento del grano de una región a otra y de una generación a otra. En términos simples, la comunicación interpersonal, como proceso social de intercambio, juega un papel clave en la difusión del hábito y este aspecto debe ser considerado en una investigación como la que se propone.

Reflexionar sobre todos estos aspectos puede ayudar a dilucidar la pregunta ¿cómo pudo llegar a ser tan importante el café en la sociedad costarricense en términos de un bien de consumo obligatorio con tanta rapidez -un lapso de tres décadas desde que el producto se conoce en Costa Rica-? ¿Qué importancia tiene el consumo del café en la construcción del sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses? En términos más específicos: ¿los costarricenses llegaron a consumir café solo porque les gustaba? ¿les gustaba solo porque no disponían de una cantidad

adecuada de otros alimentos? ¿o hay otros factores que afectan su disposición hacia este producto?

## ESTADO DE LA CUESTIÓN

La historia del consumo no es reciente. Desde diversas escuelas, el fenómeno ha sido abordado con diferentes posiciones teóricas, metodológicas y conceptuales, como se explica con detalle en la perspectiva conceptual de esta propuesta. Sin embargo, hace poco más de tres lustros, la historia se empieza a interesar por el consumo y sus implicaciones en el devenir socio-cultural. Este tipo de análisis, emerge con una alianza que parece estar dando frutos positivos: la historia económica, la historia social y la historia cultural, esta última muy ligada a la antropología social. Nancy Farris advierte que

“en años recientes, los historiadores sociales han buscado perspectivas teóricas en la antropología, al mismo tiempo que han ampliado sus miradas incluyendo a los campesinos, las minorías étnicas -pueblos sin historia-, la familia y otros temas que se han considerado del dominio tradicional de los antropólogos. A aquellos que deseaban hacer historia a fondo y completa, la antropología les ofrecía la necesaria dimensión de la cultura, los sistemas de significado que la gente confiere a sus formas sociales. El interés de los antropólogos en la historia, aunque no sea del todo nuevo, se ha vuelto más intenso y de un carácter diferente. El pasado, considerado alguna vez como el prelude más o menos indistinto del presente etnográfico, ha venido a representar de un modo creciente un almacén rico en información sobre la organización sociocultural: cosecha empírica provechosa para el trabajo conceptual antropológico.”<sup>6</sup>

Los estudiosos británicos Porter y Brewer<sup>7</sup> sintetizan que la preocupación de la historia del consumo ahora, es la transformación del mundo material y sus implicaciones en lo social, lo económico, lo cultural y lo político. El consumo es una importante herramienta para la interpretación histórica, de modo que no se puede ver el consumo distanciado de la producción ni de la distribución y la promoción, insertos en la vida social y cultural. Para el historiador norteamericano Arnold Bauer, la cultura material “significa las formas en que hombres, mujeres y niños producen las cosas que ingieren o con que se cubren, las moradas que habitan, las herramientas que empleas, junto con la forma en que usan y consumen los bienes.”<sup>8</sup> Por consiguiente, la cultura material se relaciona con “la cultura económica, de manera que cuando la gente compra comida, ropa o vivienda para satisfacer lo que considera necesidades fundamentales para sobrevivir y reproducirse toma en cuenta los precios

relativos, sea cual fuere la forma en que éstos se expresan o se perciben... los bienes también tienen un significado social, y la gente los utiliza para superar individual o colectivamente a otros grupos, o, según el caso, para expresar individualidad o afinidad con un grupo.”<sup>9</sup> La gente también abriga sentimientos relacionados con los bienes, porque la forma en que se consume cierto platillo o bebida puede producir una sensación de unicidad, de solidaridad con un grupo o con una nación.

La historia del consumo del café, particularmente, es una dimensión de la historia del consumo de alimentos que a su vez es una área de la historia del consumo. Por tanto, explicar su evolución histórica requiere de implicar factores económicos, sociales y culturales que a su vez son socialmente diferenciados

El consumo de alimentos, específicamente ha preocupado a los franceses de manera especial<sup>10</sup>. En tales trabajos se concentra la atención en el mundo de la cocina con énfasis en los sectores aristocráticos y burgueses de la población francesa. También los estudiosos estadounidenses<sup>11</sup> han sido atraídos por este campo, sin embargo su atención está centrada en las primeras o en las muy recientes sociedades consumidoras en Europa y Estados Unidos<sup>12</sup>, dejando relativamente marginadas otras sociedades y otros momentos históricos. Es el antropólogo Sidney Mintz quien se interesa de manera particular por vincular el desarrollo de la cultura material y los alimentos, su simbolización y sus implicaciones en la evolución de la modernidad.<sup>13</sup>

Recientemente, unos pocos investigadores han apuntado de manera más estrecha el papel de los bienes domésticos y extranjeros con la esfera de consumo en América Latina. Su enfoque privilegia las consecuencias de las imposiciones de las fuerzas externas sobre las naciones latinas. Por ejemplo, Jeffrey Needell se preocupa por la vida diaria y las instituciones sociales relacionadas con salud en Brasilia en la última década del siglo XIX y primeras décadas del XX, focalizando principalmente al grupo culturalmente europeizante.<sup>14</sup>

Los estudios sobre bienes importados son crecientes, no obstante una versión apegada a la antropología social y al análisis de la cultura material, es expuesta por el antropólogo Benjamín Orlove y el historiador Arnold Bauer<sup>15</sup>, ellos buscan “establecer un balance en el cual las importaciones y el consumo puedan recibir atención como fenómenos parcialmente autónomos. Más concretamente, [anhelan] examinar estrechamente los patrones temporales y las dimensiones sociales de el consumo de bienes importados, más que asumir que estos siguen directamente sobre la dinámica de las economías de la exportación. [Buscan] complementar, más que desplazar, las hipótesis de los

modelos centrados en la exportación que acentúan la importancia de las economías exportadoras en modelar (desarrollar?) el consumo de importaciones. Si el modelo centrado en la exportación enfatiza la accesibilidad económica a lo importado, nosotros buscamos entender su sello social y apelación cultural”<sup>16</sup>.

En tal contexto, se formulan dos grupos de preguntas, uno referido a la construcción de la identidad nacional en América Latina y otro a la modernidad. Ellos notan múltiples nociones de modernidad en Latino América más que una sola pero que comparten al menos algunas características comunes: una ruptura de las tradiciones del pasado, una valoración del presente, una apertura hacia la experimentación en busca de construir un futuro diferente.

“...Nosotros proponemos que la esfera del consumo, y en particular el uso de bienes domésticos e importados, es uno de los contextos claves en el cual la imagen de modernidad fue formulada, contestada y afirmada en América Latina postcolonial”.<sup>17</sup>

A diferencia de lo que ocurre con los bienes importados, el café en Costa Rica es una mercancía que se produce en el país, por tanto lo que se importa es la costumbre, no el producto, la pregunta que surge entonces es ¿cómo llega esa hábito al país? Se desarrolla por una parte un consumo popular, autóctono, mientras que la élite prefiere los bienes y las costumbres europeas, no obstante ambos ingieren el café en un plazo temporal relativamente reducido ¿cómo ocurre ese fenómeno? ¿Es acaso que la costumbre europea simultáneamente es adquirida por todos los sectores sociales? ¿Es que la división entre sendos grupos no es tan lejana como en otros países centroamericanos? Posiblemente en Costa Rica se desarrolla un modelo específico del consumo del café cuyo objetivo en este trabajo es verificarla.

El reto de analizar concretamente el consumo del café lo han asumido pocos, de modo que la cuantía de estudios sobre el tema es en extremo limitado. Los principales aportes sobre el impacto del consumo del café provienen de países europeos y de Estados Unidos, regiones tradicionalmente consumidoras del grano, con interesantes contribuciones para el avance en la comprensión histórica de esas regiones. Tales trabajos se introducen en la vida cotidiana y escudriñan el papel del café como elemento de sociabilidad. En América Latina se han desarrollado algunos estudios cuyo acceso se dificulta pues son publicados en revistas de circulación limitada<sup>18</sup> no obstante, unos han logrado surcar esta valla y su discusión ha salido de las fronteras continentales<sup>19</sup>. En América Central se ha

escrito muy poco<sup>20</sup>.

En Costa Rica la temática del consumo ha tenido un abordaje limitado<sup>21</sup> y la historia del consumo del café ha estado marginada hasta ahora de la investigación histórica, una de las razones que justifican el análisis que proponemos pues el café no solo ha sido importante, como producto para el desarrollo del país, sino que además se convierte en una bebida indispensable en la mesa del costarricense y juega un papel importante en la evolución de su cotidianidad. El café, no obstante, ha sido profusamente estudiado desde diversas perspectivas: sociales, económicas y políticas. Estos aportes son significativos para la comprensión de la historia nacional y a todas luces, imprescindibles para iniciar el análisis del consumo de esa bebida en el país y su impacto e importancia en el proceso de construcción del sentido de pertenencia compartido de los costarricense.

### **Estudios sobre el consumo del café**

En este apartado se analizarán los trabajos que se aproximan al tema del consumo del café desde una perspectiva socio-económica y cultural, pero fundamentalmente histórica, con el objetivo de advertir los conocimientos que añaden al tema y de percibir sus aportes y avances, lo mismo que el acervo teórico, metodológico, técnico y conceptual utilizado y distinguir los problemas que dejan sin resolver.

La mayoría de los estudios sobre el consumo del café surgen porque los interesados en emprender esas tareas notan una tendencia expansiva de la ingesta en los países o regiones que eligen para efectuar el análisis<sup>22</sup>. Este fenómeno los lleva entonces a escudriñar la génesis de la implantación de la costumbre.

El inicio de la ingesta y su establecimiento definitivo es el que determina la delimitación temporal de los trabajos sobre esta temática. Buena parte de ellos, sin embargo, no se aventuran a salir de las fronteras de un país o región.

La historia del consumo, como una derivación de tres áreas: la historia económica, la historia social y la historia cultural, conduce por lo general, a que los investigadores prioricen una sobre las otras en sus análisis. En la mayoría de los trabajos la tendencia es evidente, la historia económica tiene un peso mayor, quizá porque el acervo documental al que tradicionalmente recurre el historiador es más profuso en el campo económico y estadístico y además porque el estudioso de la historia está limitado en última instancia por aquello que los "informantes" del pasado decidieron registrar y por lo que se preserva de modo accidental. Acaso el análisis de la dimensión simbólica requiere un mayor

diálogo a través de las fronteras disciplinarias.

El historiador francés, Fernand Braudel, en un apartado de su magna obra titulado "Bebidas y excitantes", analiza la expansión de la ingesta de agua, alcohol, té, chocolate y café en Europa. Para cada una, reseña su aparición en el viejo continente y explica las causas de su expansión. A su juicio, el aumento de la producción, particularmente de té, chocolate y café, y el bajo precio correspondiente a la alta oferta, explican el incremento acelerado del consumo de las bebidas <sup>23</sup>. Francia resulta ser, para Braudel, el lugar donde centra su estudio.

En una perspectiva similar, el antropólogo Eric Wolf<sup>24</sup> insiste en que el café, el té y el chocolate, son estimulantes de la era industrial cuyo crecimiento se debe a las propiedades fisiológicas, por una parte, y a la reforma general de las pautas de consumo por la otra. La producción y el acceso a los productos es a su juicio, el elemento básico que explica su difusión en distintas partes del mundo.

Entre tanto, John Burnett, en su artículo "Coffee in the British diet, 1650-1990", se plantea como objetivo "examinar el lugar cambiante del café en la dieta británica en las últimas tres centurias en el amplio contexto de otras bebidas. Busca explicar por qué el té llegó a ser la bebida no alcohólica dominante más que el café como en la mayoría de los países europeos, discutiendo las razones que se encuentran en las diferencias de costo, fuentes de abastecimiento, condiciones de trabajo, patrones alimenticios y hábitos sociales."<sup>25</sup> Burnet realiza una historia más económica y social del consumo del café en Gran Bretaña que una historia cultural y finalmente concluye que Inglaterra para 1914 era la nación con más tomadores de té para todas las clases y todas las ocasiones. El autor explica este avance en el sentido de que los costos del té eran menores a los del café pero además el primero estaba disponible en el mercado con mayor profusión. Se une el hecho de que el té fue por excelencia la bebida de la sobriedad. En resumen, el autor advierte que la preponderancia del té en este tiempo se debe a "su fácil absorción entre los trabajadores y los patrones alimenticios, la disponibilidad de bajos precios, el abundante abastecimiento bajo el control británico, la favorable política de impuestos y su aprobación moral por los reformadores sociales."<sup>26</sup>

El café, no obstante, siguió siendo popular fuera de casa. Pero para 1938, el café instantáneo se introdujo en Gran Bretaña y fue firmemente establecido después de la Guerra. Para 1958, tres décadas después de que se habían generalizado los cambios en los horarios de la alimentación británica, el café era ya una bebida pública y privada. Esta transformación se explica por los anuncios

televisivos masivos, porque el café se había introducido fácilmente con los cambios en los patrones alimenticios (especialmente después de la guerra) y su fácil preparación.

Por su parte Eszter Kisbán en el artículo titulado "Coffee in Hungary: Its advent and integration into the hierarchy of meals" tiene como objetivo "seguir a los tomadores de café en Hungría a través de cuatro siglos, a través de diferentes grupos sociales, a través de ocasiones en diferentes niveles de prestigio, y en relación con el consumo de alimentos."<sup>27</sup>

El autor advierte que si bien el café no fue una marca de diferenciación social, sí simbolizó la distancia entre musulmanes y cristianos, costumbres turcas y europeas, una manifestación "frecuentemente encontrada en los Balcanes, es decir la oposición entre café y vino para representar opresor y nativo, mahometanos y cristianos, turcos y vulgos."<sup>28</sup>

Igual que Burnett, asocia la expansión de la bebida de café con los cambios en los hábitos alimenticios. Así, para 1690, el café forma parte del desayuno de las mañanas como bebida caliente. En el siglo XVIII, ya el café estaba presente en tres momentos: en el desayuno, después de la comida principal (cena) y en la tarde, especialmente cuando recibían visitas y en este caso especialmente entre las mujeres, una diferencia fundamental con respecto a los datos que arroja la investigación de Burnett, pues en Gran Bretaña el café es la bebida de los varones.

Es evidente que Kisbán, destaca el simbolismo del café en Hungría y la importancia que adquiere en los hábitos de consumo de los diversos sectores sociales a través del tiempo, pero los elementos económicos determinan su análisis.

Mats Essemyr, en el trabajo titulado "Prohibition and diffusion- Coffee and coffee drinking in Sweden 1750-1970", analiza la introducción y expansión del café como bebida popular en Suecia en el período de 1750 a 1970, partiendo de la afirmación estadística de que en la actualidad, es la bebida más extendida en el país.

Son claros en su análisis dos elementos: la apreciación popular sobre el café y las restricciones gubernamentales que se dieron en los siglos que ella estudia. En primera instancia refiere a las primeras importaciones realizadas en 1750 de Amsterdam y Rostock pero señala que se trata de una influencia francesa que se evidencia en el crecimiento significativo de las casas de café al estilo francés. Paralelamente el café se ingiere con profusión en los clubes de las clases bajas urbanas, entre los comerciantes y oficiales gubernamentales. "Durante el siglo XVII, los tomadores de café parecen haber estado restringidos a la nobleza y a las clases urbanas bajas. Solo una poca evidencia se

encuentra de tomadores de café como una costumbre entre los campesinos o entre los primeros trabajadores industriales”<sup>29</sup>. Essemyr más bien se inclina por la historia económica y el papel de las regulaciones gubernamentales para estudiar la expansión del consumo del café en la sociedad sueca.

Por otro lado, Alexander Fenton<sup>30</sup> se propone examinar, desde una perspectiva histórica, la extensión de tres artículos de lujo en Escocia entre los siglos XVII y XIX: el chocolate, el té y el café, pero específicamente señala: “este artículo se centra en el café en particular en el sistema de nuevas bebidas calientes dentro del área de Escocia.”<sup>31</sup> Fenton, da prioridad a la historia social y a la participación del café como elemento de sociabilidad en la esfera pública escocesa, siempre explicándose desde la evolución económica del producto.

Por su parte, en la dimensión Latinoamericana, Ignazio González Tascon, con el estudio denominado “The coffee innovation culture versus the chocolate tradition during the eighteenth and nineteenth centuries”, trata las razones que conducen a la introducción y la expansión del café en Sur América<sup>32</sup>. Advierte que el café ingresa a España producto de su vinculación con el mundo musulmán durante la Edad Media. La imposibilidad climática para producir café en sus tierras conduce a los españoles e igualmente a los ingleses, portugueses, holandeses y franceses a sembrar en sus colonias los productos que se consumen en sus países. De esta manera, tras un proceso de aclimatación, The French West Indian Company introduce el café en Jamaica y Haití alrededor del año de 1736, junto con plantaciones de coca que desaparecen rápidamente debido a las constantes tormentas en la zona.

Un decreto real en 1768, liberó al café del pago de impuestos lo que favoreció decididamente su expansión en Puerto Rico y Cuba. El café en la costa del Pacífico americano fue introducido más tarde. En 1774 se inició en Brasil. Hay varias razones que conducen a su rápida expansión: las condiciones climáticas, la devastación de los cultivos en Ceilán y las Indias del este a mediados del siglo XVIII, lo que permitió que Brasil, Venezuela y posteriormente Costa Rica, se convirtieran en importantes productores mundiales en solo unas pocas décadas.

En todo caso, la bebida del café llegó a ser común en España solo a comienzos del siglo XIX, y a la vez se convierte en un hábito social en establecimientos especializados.

El desarrollo de las bebidas estimulantes es analizado por Wolfgang Schivelbush en un libro con el sugerente título de *Tastes of Paradise. A Social History of Spices, Stimulants, and Intoxicants*.<sup>33</sup> Estudia la introducción e implantación de las especies, el café, el chocolate, el tabaco, los licores y la cerveza y el opio. Indica que si bien para 1650 el café es prácticamente desconocido

en Europa y usado únicamente como medicamento, ya para 1700 está firmemente establecido, pero no es una bebida popular, la ingieren los cortesanos en vajillas de porcelana.

Lo cierto es que el café es la bebida de la sobriedad y de la represión sexual. “Sobriedad y abstinencia fue pregonado como un valor dentro del puritanismo y los movimientos ascéticos. El puritanismo inglés, y más generalmente, la ética protestante, definieron el café en esta forma y entonces la declararon incondicionalmente su bebida favorita”. No cabe duda de que el café fue una bebida con una enorme carga ideológica pero podría ser erróneo ver solo ese aspecto. El café indiscutiblemente tiene otras propiedades que lo hicieron tan importante para la civilización europea desde el siglo XVII. La farmacología moderna lo confirma. La cafeína afecta el sistema nervioso central. Como declaran los estudios realizados durante el siglo XX, intensifica la actividad mental, acelera la percepción y el juicio, al mismo tiempo que estimula la actividad mental. Son estas propiedades que hacen del café la bebida de la época de la burguesía moderna. El siglo XVII fue el siglo del racionalismo no solo en la filosofía, sino en todas las áreas importantes de la vida material. El estado absolutista burocrático estaba construido sobre la visión racionalista que se originó en este periodo. El trabajo en las nuevas fábricas burguesas estaba organizado racionalmente. La racionalidad y la responsabilidad caracterizaron el espíritu burgués que estaba detrás de todo.

A diferencia del trabajo que se realizaba en las épocas anteriores, las nuevas formas de vida y las exigencias laborales afectaban el organismo. “El café entonces funcionó como una significativa droga... triunfó química y farmacológicamente con el racionalismo y la ética protestante [que] buscó cumplir espiritual e ideológicamente. Con el café, el principio de la racionalidad entró en la fisiología humana, transformando el confort con sus propios requerimientos. El resultado fue un cuerpo que funcionó de acuerdo con las nuevas demandas -racionalista, de clase media, activando la figura corporal.”<sup>34</sup>

En los siglos siguientes, en Estados Unidos, el café también constituyó un recurso productivo en el desarrollo industrial.

Entre tanto, las casas de café, que se desarrollan profusamente en Estados Unidos y en Europa, son lugares que sirven no solo como centros de comunicación comercial sino también para el desarrollo de las actividades de los burgueses de clase media: el periodismo y la literatura. “En los siglos XVII y XVIII la gente frecuentó las “coffeehouses” no solo para conducir sus negocios sino también para discutir tópicos políticos y literarios y para leer periódicos que estaban allí disponibles”.

La asociación entre casas de café y periódicos, casas de café y periodismo y casas de café y escritores son asociaciones que permanecen hasta el siglo XX. “El efecto directo más importante de las casas de café sobre la literatura fue probablemente que la ayudó a crear una cultura de diálogo, de la conversación, la cual originó en las *coffeeshouses* y solo entonces se materializaron en escritos literarios.”<sup>35</sup> Las cafeterías fueron un centro social. Fue el lugar de la vida pública de la clase media del siglo XVIII, un lugar donde la burguesía desarrolló nuevas formas de comercio y de cultura. La aristocracia, entre tanto, se reunía en los salones.

En Alemania e Inglaterra, donde las casas de café proliferan rápidamente, son sitios donde las mujeres están excluidas. En respuesta, ellas inician las “fiestas de café”, que no es otra cosa que una “compensación por la exclusión de las mujeres de otros lugares, más del dominio público..”<sup>36</sup> Más aun, el café no trasciende a la esfera doméstica hasta tanto no se afianza en la esfera pública y aun allí, se imita el ritual de la cafetería: se toma en la mañana, durante el desayuno, poniendo fin al descanso nocturno, acompañado con el periódico, “recuérdese que el café en el desayuno reemplaza ahora la sopa de cerveza de los primeros tiempos, ofreciendo una analogía doméstica suplantando las tabernas de cervezas por las casas de café.”<sup>37</sup>

A Gonzáles más bien le preocupa el contexto histórico en el cual el café ingresa a América y enfatiza en la dimensión socio-económica del producto en los diversos países de América Latina pero teniendo como eje España y su influencia sobre las colonias.

Son Michael Jiménez, y Benjamín Orlove y Arnold Bauer quienes más claramente explicitan su posición respecto a la dimensión histórica del consumo. El primero desarrolla una historia económica, social y política del café en los Estados Unidos durante los años de 1830 a 1930, preocupándose entonces por los cambios estructurales, institucionales y culturales. Michael Jiménez<sup>38</sup>, se plantea como objetivo en su artículo, titulado “De la plantación a la taza de café: café y capitalismo en los Estados Unidos 1830-1930”, examinar “la historia de esta mercancía [café] en la historia económica, social y política de los Estados Unidos durante el siglo anterior a la Gran Depresión. Se centra especialmente en los cambios estructurales, institucionales y culturales de ese período que hicieron que el café fuera la bebida soberana de esa sociedad consumidora emergente”<sup>39</sup>.

Jiménez analiza la adhesión del valor simbólico que de manera premeditada, las empresas importadoras y procesadoras del grano le otorgaron al café a finales del siglo XIX, con el objetivo de aumentar las ventas. De esa manera se identificaron las cafeterías con momentos de descanso y

recuperación y se asoció el consumo de café con el aumento de la capacidad muscular y mental de los trabajadores, amparados en la autoridad de la profesión médica que sin duda desempeñó un papel esencial en afianzar estas ideas.

A nivel macro, el autor entrelaza el desarrollo capitalista con el surgimiento y la propagación del consumo del café. En tal sentido advierte que las “cualidades como estimulante [del café] podían aprovecharse fácilmente para responder a la lógica del moderno orden capitalista: un instrumento para fortalecer el cumplimiento racional y enérgico de las tareas diarias y la ayuda para el ocio y la sociabilidad en la casa, los escenarios públicos y el lugar de trabajo.” Esta premisa le permite concluir que

“...más que un instrumento para aumentar la productividad, la manera particular en que el café ayudó a construir la naturaleza y los propósitos del tiempo de ocio reflejó el surgimiento de una sociedad consumidora en los Estados Unidos, lo cual significó una cultura del trabajo y del gasto... donde el tiempo era convertido en dinero, en el sitio de trabajo y fuera de él.”<sup>40</sup>

Entre tanto, Benjamín Orlove y Arnold Bauer analizan el consumo de diversos productos, entre ellos bebidas en Chile entre 1870 y 1930. El objetivo de su investigación lo exponen de la siguiente manera:

“Nosotros buscamos explorar el virtualmente inexplorado proceso recíproco de las “economías importadoras”. Nuestra interrogante requirió de un mayor énfasis en las circunstancias sociales y culturales y así en un sentido nuestro enfoque refleja el cambio en las modas académicas desde la economía política a preguntas de la identidad y la cultura.”<sup>41</sup>

Especial atención le dan al vino, una bebida extensamente consumida en Chile en el siglo XIX y principios del XX, lo que justifica su elección, y además “por el estatus social de la gente que lo tomaba, pero también por la forma en que el vino, una bebida esencialmente europea, llegó a ser vista como un producto local y americano”.<sup>42</sup>

Sobre este producto, son enfáticos en advertir una diferencia entre las bebidas alcohólicas nativas y las europeas. Las primeras, hechas básicamente de fermentos de maguey y maíz, están relacionadas con los rituales y la religión, mientras que el vino de uva de los españoles constituye el símbolo de la civilización y la herencia católica. Lo cierto es que la calidad del vino chileno compite con la de los franceses pero no obstante esta característica, la importación de vinos de ese país europeo va en aumento mientras el consumo en el país también se incrementa.

Paralelamente, se desarrolla en Chile el consumo de dos bebidas calientes: café y té, cuya extensión a lo largo del siglo XIX y primeras tres décadas del siglo XX, va sustituyendo la yerba

mate, la bebida caliente más extendida durante el período colonial.

El café es una poción ocasional en Chile al final del siglo XVIII e ingerida sobre todo por visitantes británicos, pero también forma parte de la mesa de las familias adineradas y es procurado después de la cena. A diferencia del mate, se sirve a la manera europea, llevado a la mesa en un pichel, vertido en tasas individuales. Su difusión, como en Europa según las lecturas que se han reseñado antes, se extiende en mucho gracias a las ventas de café (coffeehouses). Se trata de lugares donde los hombres se reúnen a tomar café, y en ocasiones, bebidas alcohólicas y/o a jugar billar. Son por lo general hombres adinerados y pertenecientes a pequeños grupos medios de artesanos, comerciantes, clérigos y trabajadores de oficinas. Los extranjeros, especialmente franceses e ingleses, pasan sus ratos de ocio en los cafés y realizan allí transacciones de negocios.

Entre tanto, el té es una bebida de las clases bajas y parece haber sido consumido exclusivamente en casa. No es servido a los huéspedes después de la comida sino en la noche, en los juegos de cartas o durante sus conversaciones. Las damas, acostumbran a recibir a sus amigas con té y no con café.

“Uno puede especular sobre el aumento de los cafeterías pero no de casas de té: la disponibilidad más grande de modelos de cafeterías en Europa y por otra parte en Latino América; las economías de escala en tostadoras y torrefactoras de granos de café; el carácter femenino del té que se refleja menos apropiados en lugares públicos. A pesar de las diferencias, el café y el té aumentan en popularidad.”<sup>43</sup>

Para la década de 1870, hay un prodigioso aumento de tomadores tanto de café como de té, especialmente en las zonas mineras, pero no será sino hasta principios del siglo XX cuando se extienda a los sectores trabajadores de Santiago. Estos últimos reportan la adulteración frecuente del café con aserrín, entre otros productos.

Compite no obstante con ambas, la yerba mate, una bebida de origen guaraní que se prepara en la “honda de la calabaza” y colada a través de un filtro llamado bombilla hecho de madera o de huesos de pájaro. Se ingería varias veces en el día, especialmente en el desayuno y al final de la tarde. “Raramente consumido en lugares públicos - no hubo mate cafés o mate casas- pequeños grupos de personas pasaban la calabaza entre ellos y tomaban de la misma bombilla.”<sup>44</sup> Se trata sin duda de un ritual comunitario. No obstante su consumo disminuye notablemente debido a varios factores: los precios bajos del café y el té -ambos importados-, aunque no tan bajos como los de la yerba mate; la

imitación de los sectores populares a los grupos “nobles”; la asociación del café y el té con costumbres europeas.

En todo caso, el café y el té son bebidas principalmente urbanas mientras que la yerba mate adquiere un tono rural.

Como es notable en su análisis, a Bauer y a Orlove más bien, los desvelan las circunstancias sociales y culturales, especialmente en las cuestiones de identidad y de cultura. Señalan como parte de su conclusión que:

“Muchos otros estudios han demostrado las formas en que el consumo es una esfera activa en el sistema social y económico, enlazan el desplazamiento de lo público, a las rutinas, a los rituales y a las crisis de la vida diaria, en el ser humano en sí mismo. Nosotros buscamos explicar, aunque no solamente, porque los bienes jugaron un papel activo en la formación y desarrollo de las diferencias sociales, y también por qué ese papel recayó sobre los bienes extranjeros.”<sup>45</sup>

Alfredo Castillero, interesado por la evolución histórica de la producción, importación y consumo del café en Panamá, señala explícitamente que su exposición “es una historia tanto social como económica. Pero el énfasis ha sido dado a lo social”.<sup>46</sup> Su objetivo es “tratar de averiguar cómo logró difundirse el café en Panamá hasta llegar a todos los sectores, es decir, cómo penetró los hábitos dietéticos que son, ante todo, fenómenos sociales.”<sup>47</sup> Advierte que aunque el café tiene poco impacto económico en ese país, “tuvo una enorme significación, desde por lo menos principios del siglo XIX, como bien de consumo, cumpliendo, desde muy temprano, una función decisiva en la vida de la sociedad y un papel protagónico en los hábitos de mesa del panameño y como acompañante de las comidas”.<sup>48</sup>

Su análisis arroja como resultado que el café, desde mediados del siglo XIX, forma parte de los hábitos alimenticios de los panameños y para la década de 1985 a 1995, el consumo per cápita alcanza los dos kilos al año y procede exclusivamente de producción nacional.

El consumo de café en México es brevemente analizado por Gerardo Sánchez Díaz en un artículo titulado “La costumbre de tomar café”<sup>49</sup>. Su interés es destacar cronológicamente la aparición de las cafeterías en las distintas ciudades mexicanas y explicar las actividades que allí se realizan. Por su exposición, estos establecimientos emulan decididamente las costumbres europeas pues son lugares de reunión de intelectuales y artistas donde “se va a leer el periódico, a hablar de fútbol y de política; a componer y descomponer el mundo; a filosofar, a pensar y hablar de amores y desamores; a leer novedades literarias, a pensar los apuntes de la clase...” La primera cafetería se abre en la capital a

finés del siglo XVIII y desde entonces han proliferado.

Se derivan así cuatro temas coincidentes en los estudios reseñados: explicar por qué el consumo del café se extiende y se vulgariza en los países que analizan y cómo en ese proceso el café compete y convive con otras bebidas -té, chocolate, cerveza, yerba mate...- y cuándo y por qué llega a formar parte del ritmo diario de alimentos; también les preocupa el papel de las cafeterías en ese incremento. El valor simbólico del producto solo inquieta a cuatro de los autores: Jiménez, Orlove y Bauer y a Eszter Kisbán.

En tal sentido, un elemento escasamente estudiado es la presencia y la influencia del café en la cotidianidad, en espacios sociales y geográficamente diferenciados. ¿Cuál es el papel del consumo del café en la construcción de nuevas pautas de sociabilidad y de comunicación? Se conoce que en Estados Unidos, igual que en Escocia, Gran Bretaña, México, Francia y Suecia es una excusa de reunión, por tanto seguramente se derivan nuevas pautas y también nuevas normas basadas en la clase, sobre dónde, cuándo y cómo comer y/o beber, que a su vez fijan nuevas normas de emulación cultural en sociedades que están sufriendo un cambio social y cultural muy rápido<sup>50</sup>. En la mayoría de los trabajos que nos ocupan, no hay interés por acercarse a esta última dimensión, pero, sí brindan evidencia respecto a la distinción social que se origina con el consumo de esta bebida. En casi todos los casos el consumo del café inicia como una práctica entre los sectores más acomodados de la población, en gran medida porque se trata de un bien costoso y por tanto requiere ser servido de acuerdo con su valor económico: en tazas de vidrio, con cucharas de plata y oro, etc, otorgándole así un valor simbólico. Esto último no resulta claramente explicado en los trabajos reseñados y parece ser un punto central en cualquier historia del consumo.

Ya Brewer ha manifestado que

“parece importante que los historiadores del consumo en cualquier época se interesen no solo por reconstruir las economías del consumo sino también por intentar más estrechamente de lo que ellos lo han hecho hasta ahora, la cuestión de los diferentes significados que el consumo tiene para diferentes actores sociales. Nosotros necesitamos estudiar la actividad desde varias perspectivas, incluyendo lo que él o ella consume. Esto es, de hecho, especialmente importante para comprender la forma y el momento en el cual las actividades de consumo fueron vitales para la creación de identidades subjetivas y colectivas.

En segundo lugar esta empresa no puede estar divorciada de las cuestiones de poder. Este es un punto que ha sido formidablemente tratado por Roberta Sassetelli en su trabajo sobre la teoría moderna del consumo.

Entender las fuerzas y los intereses (incluyendo consumidores individuales y

colectivos) que los patrones de consumo buscan formar y controlar y su significado, son una parte vital de cualquier análisis del consumo. También muchas de nuestras presentes consideraciones sobre el consumo son unidimensionales. Además, a menudo nosotros tratamos el consumo como una cosa, un fenómeno dado, más que una noción, y esta es y ha sido la ocasión de vigorosa disputa.<sup>51</sup>

Tampoco se advierte en los análisis elegidos, la participación de la publicidad -a través de medios escritos y orales- en esos procesos y en las coyunturas históricas que analizan ni las acciones emprendidas las empresas encargadas del procesamiento y torrefacción del grano en pos de la promoción del café. En otros términos, la publicidad que se desarrolla ya profusamente en el siglo XVIII en el mundo occidental y se extiende a América en ese período -pero de manera diferenciada por regiones-<sup>52</sup> debe haber jugado un papel de primer orden en la difusión de la bebida a través de avisos de cafeterías, molinos y torrefactoras y de la presencia en el mercado de diversas calidades del producto.

El papel del avance tecnológico en materia de torrefacción, como un elemento adicional que podría colaborar con la difusión de la bebida, es marginalmente tratado por los autores, a excepción de Jiménez y Orlove y Bauer. La capacidad de un procesamiento más rápido y en mayores cantidades, acelera las opciones de consumo de la bebida porque entre otras cosas, abarata los precios en el mercado, por lo menos en Estados Unidos<sup>53</sup>

Los procesos de distribución y comercialización se agilizan en buena medida por la presencia de una mayor y más eficiente capacidad en los sistemas de transporte nacional y mundial que disminuye los costos, afectando entonces al café y colocándolo en una posición más accesible para los potenciales consumidores. Este es un tema que a excepción de Jiménez, no es abordado por los investigadores considerados.

En los estudios referidos queda en el vacío el papel que juegan las torrefactoras y las pulperías, sitios de venta al público, igual que las actividades que se realizan al interior de las cafeterías, las relaciones que allí se desarrollaban y los vínculos, duraderos u ocasionales que se producen. Igual, el significado atribuido al café en las reuniones privadas, en las fiestas de santos patronos, en los bautizos, los matrimonios, etc.

Todos estos elementos son tratados en dos obras que, aunque no se refieren exclusivamente al consumo del café, lo introducen: el libro de William Ukers, titulado *All About Coffee*<sup>54</sup>, publicado

en 1922 y el texto de Mark Pendergrast llamado *Uncommon Grounds. The History of Coffee and How It Transformed our World*<sup>55</sup> que salió a la luz en 1999. Ambos advierten de la importancia de las empresas tostadoras de café, en el aumento del consumo de la bebida, particularmente en Estados Unidos y Europa. Estos negocios, que se desarrollan con gran profusión tras la prohibición de la manufactura y venta de bebidas alcohólicas en Estados Unidos en 1917, aprovechan los anuncios publicitarios para expandir su comercio pero fue la acción de la "National Advertising for Coffee", financiada por grandes cultivadores de café en otros países -Brasil en especial- quienes invierten millones de dólares en destacar las virtudes del café en periódicos, radios y afiches. Incluso, desarrollan un sistema de mercadeo agresivo a través del uso de caricaturas y apoyándose en la opinión de autoridades para destacar sus beneficios. En la segunda edición de *All About Coffee* en 1935, de William Ukers, se incluye un capítulo sobre farmacología del café escrito por el Dr. S. C. Prescott. Decano de Ciencias y Director del departamento de Biología y Salud Pública de la Universidad de Cambridge, Massachusetts. En ese apartado, que fue financiado por la National Coffee Roasters Association, se cuestiona la influencia del café como causante de insomnio y de problemas en el sistema nervioso. Más aun, en momentos en que se cuestiona los efectos del café sobre la salud, Prescott concluye que el café es sin duda un estimulante que aminora la fatiga y que puede usarse sin problemas siempre y cuando su cantidad no sea excesiva; la cafeína no es una droga ni un veneno narcótico, no forma hábito ni tiene efectos depresivos; no obstante acepta que no todos los individuos tienen la misma tolerancia a la cafeína, como no se tiene a diversos alimentos. Su uso, en resumen, es recomendado. Esta posición, aunque no eliminó las controversias en torno al café y sus efectos, tuvo consecuencias decisivas sobre la diversidad de posturas que existían en ese momento respecto a las consecuencias del café en la salud pública<sup>56</sup>. Paralelamente, la Asociación Nacional de tostadores de café, llevan a cabo formas de distribución del producto que resultan ser más eficaces, por medio de envíos por correo, el establecimiento de una cadena de tiendas y ofreciendo diversas clases de producto y desarrollando un sistema de empaque acorde con los intereses del público al que apelan.

Mark Pendergrast, sin ser historiador, realiza un recorrido por la evolución de la bebida desde sus inicios en Etiopía hasta la época actual. Se inserta en los límites de la publicidad, el daño causado al medio ambiente y las disputas internacionales que ha provocado el café, las tácticas comerciales utilizadas para la difusión del grano, industria en la que participan más de 20 millones de personas

en el mundo. Asegura que las campañas publicitarias unidas a la prohibición del alcohol, conducen a un aumento del consumo del café en los Estados Unidos. Las casas de café proliferan mientras el consumo per cápita alcanza, para los años de 1920, las 13 libras en los Estados Unidos. Son lugares de descanso, y como en Europa, de Viena a Amsterdam, disfrutaban su café negro o con variadas cantidades de leche, crema, especias, azúcar o alcohol y leen periódicos juegan ajedrez o simplemente observan la vida sobre el borde de una taza de café.

“Cientos de familias de tostadores regionales, muchos descendientes de generaciones de tostadores, suplieron a los sedientos europeos de café, pero no constituyeron conglomerados como en Estados Unidos. Unos cuantos abarcaron grandes mercados, sin embargo.”<sup>57</sup> Estas empresas sufren problemas diversos durante la depresión de los años de 1930 y particularmente en la Segunda Guerra Mundial. No obstante, algunas sobreviven mientras otras nacen y se desarrollan en alianzas estratégicas que les permiten amasar grandes fortunas y contribuyen paralelamente al crecimiento del consumo.

La manera como la adulteración afecta el consumo de la bebida es un punto de preocupación para Jiménez, en el caso estadounidense, y para Orlove y Bauer en el caso chileno. Se trata de un problema que probablemente tiene un papel de primer orden en el consumo socialmente diferenciado del café pues la adulteración permite reducir los precios pero también disminuir en gran proporción la calidad del producto en el mercado. De manera que los sectores con menores recursos están expuestos a granos de calidad cuestionada mientras los grupos económicamente más favorecidos pueden adquirir un producto de mejor calidad, conduciendo entonces a un consumo socialmente diferenciado.

Las regulaciones gubernamentales en torno a la importación y comercialización interna del café es un asunto que interesa particularmente a Essemyr y Jiménez pero no es tratado por los otros investigadores y sin duda es un aspecto básico para la difusión del producto pues en mucho determina por una parte, los precios en el mercado y por otra su extensión y recogimiento entre la población.

### **Los conceptos y las teorías utilizadas**

Los trabajos analizados carecen de un planteamiento teórico explícito. Esta es una característica que acompaña por lo general a los estudios vinculados a la historia del consumo. En tal sentido, Porter y Brewer advierten que: “el problema con el concepto de historia del consumo no es el que esté ... cargado ideológicamente sino que ha estado hasta ahora historiográficamente

inmaduro.”<sup>58</sup>

No obstante este planteamiento, lo cierto es que hay una discusión teórica, aun inconclusa, que se está desarrollando en diversos círculos intelectuales, disertación en la que de manera latente forman parte los autores de los trabajos aquí analizados. Son Orlove y Bauer quienes realizan una revisión minuciosa de las reflexiones en torno al tema de la historia del consumo. En su recorrido, destacan que en términos culturales, los bienes importados están más engranados en una compleja red de relaciones sociales de lo que muchas visiones parecen sugerir. Señalan que “pocos escritores han examinado la “vida social de las cosas”, para pedir prestada la frase de Appadurai (1986), ellos tratan los bienes importados en dos formas simples. Por una parte, esos bienes son algunas veces tomados como signos -como si ellos fueran solo distintivos que proclaman a un individuo para ser un participante sofisticado en la civilización europea. (Esta visión fue a menudo atribuida a la elite) Por otro lado, ellos algunas veces los toman solo como objetos que llenan necesidades materiales, como en el caso de la ropa y las herramientas. (Esta visión fue a menudo atribuida a los trabajadores y campesinos). En contraste, nosotros notamos la complejidad de los patrones de producción, distribución y consumo que distinguen estos bienes”. Por ejemplo, Orlove y Bauer apuntan que “la Yerba mate, un te herbal extensamente consumido en Chile, difiere del café, también extensamente consumido, no solo porque procede de las costumbres locales, la última moda europea, o porque uno u otro llena la necesidad de proveer de un líquido caliente y estimulante más efectivamente que otro...”<sup>59</sup>

En todo caso, parece claro que la vinculación entre consumo y cultura debería estar presente en cada uno de los artículos expuestos aquí, porque no cabe duda de que el consumo es un fenómeno cultural, en primer lugar porque involucra significados y porque los significados implicados son necesariamente denotaciones compartidas, además, todas las formas de consumo son culturalmente específicas -ellas están articuladas con, o en relación a, significados específicos de formas de vida. Es a través de formas culturalmente específicas que se producen culturas y relaciones sociales<sup>60</sup>. De modo que el establecimiento del café no resulta una faena rápida, temporalmente, ni homogénea geográfica y socialmente, situación que ha quedado evidenciada en cada uno de los trabajos estudiados.

### **Los métodos empleados**

Llama la atención la coincidencia entre los distintos autores sobre los métodos empleados para

cumplir con los objetivos propuestos. En primer lugar, todos, recurren a diversas fuentes primarias y secundarias, -que varían en cantidad en cada caso- que son analizadas y entretrejidas con el contexto que se estudia, de manera que ubican la coyuntura y desglosan ahí el proceso seguido por el consumo del café, explicando en cada caso, en mayor o menor medida, su expansión y las causas y consecuencias a través del tiempo. A quienes les preocupa prioritariamente la dimensión económica, recurren a explicaciones de larga duración pero basados en índices macroeconómicos y se inclinan por presentar cuadros y gráficos que ayuden a visualizar las tendencias relacionadas con las importaciones y la venta interna del producto, o bien los precios al por mayor y al menudeo o las curvas de consumo per cápita.<sup>61</sup> La cuantificación es entonces un recurso de utilidad: se combina el manejo de fuentes estadísticas con el análisis histórico de manera que logran reconstruir e interpretar el desarrollo del consumo del café en las regiones de las que cada uno se ocupa.

En segundo término, es notoria la necesidad de estudiar periodos extensos. Los autores investigan el proceso de inserción y expansión del café durante dos y tres o cuatro siglos. Esta práctica evidencia que solo a través de espacios temporales amplios se puede medir la evolución -cambios y continuidades- del producto que se analiza<sup>62</sup>. Esto no obstante, ha dejado sobre el tapete algunos problemas pues existen períodos donde la información es más confiable y abundante y en otros donde las fuentes son escasas. Tal situación impide efectuar comparaciones temporales, a las que no se aventura ninguno de los autores mencionados. Para evitar el problema, exponen y comparan solo aquellos años donde la información con que se cuenta lo permite, aunque dejan sin cubrir una buena área temporal seleccionada en su exposición.

El método comparativo también les resulta útil para explicar la evolución del café con respecto a otras bebidas, especialmente el té y el chocolate, aunque como se ha mencionado, en el caso de Chile, también con la Yerba Mate<sup>63</sup> y la cerveza en el caso de Gran Bretaña<sup>64</sup>. Aunque no se usa este método para comparar países, sí para analizar las regiones, al interior de la misma nación. Así, se evidencia la afluencia del café con mayor asiduidad en las zonas urbanas mientras en las rurales, su ingreso y expansión resultó más tardío. Esta es una constante en Panamá, Chile, Estados Unidos, Escocia, Hungría y en Reino Unido. Desafortunadamente no se practica este método en el caso de Suecia.

La comparación es provechosa para explicar el ingreso del café entre los distintos grupos sociales, de manera que es evidente que se trata de una bebida, en todos los casos, que inicia en los

sectores más acomodados de la población y se extiende luego a los grupos populares, especialmente entre los trabajadores urbanos a quienes les sirve como estimulante. El elevado precio del café al inicio por una parte, más la costumbre arraigada de otras bebidas: chocolate, yerba mate, té o cerveza, son dos de las características coincidentes que explican este fenómeno, aunque no las únicas.

La mayoría de los autores usan la exposición temática del consumo del café, recurriendo en ocasiones al método regresivo. Así, Jiménez por ejemplo va y viene en el espacio temporal seleccionado para explicar la manera y el por qué el café revoluciona al mercado, la incorporación del capitalismo corporativo en la distribución y comercialización del grano, los intereses cafetaleros en juego y las campañas publicitarias. Orlove y Bauer por una parte y Burnett por otra, utilizan igual esta forma de análisis, sin introducirse en la dimensión económica del proceso como lo hace Jiménez.

En efecto, es claro el método interdisciplinario en cada uno de los casos: Jiménez combina la historia económica, social y política del café; Burnett y Gonzales y Castellero se centran en la historia económica y social, similar lo hacen Braudel y Wolf; Kisbán, igual que Orlove y Bauer más bien se preocupan por los aportes que la antropología puede brindar para el análisis simbólico del café; Fenton utiliza la historia social y Essemyr la dimensión legal y económica.

Es el antropólogo Sidney Mintz quien logra dimensionar el análisis simbólico de una manera explícita en el caso del azúcar. En su afán por dilucidar este fenómeno parte del principio de que el “significado” no tiene que ser simplemente leído o descifrado sino que surge de las aplicaciones culturales a las que se prestó el azúcar mismo, de los usos para los que se lo empleó. El significado es entonces una consecuencia de la actividad.

Los métodos de alguna manera condicionan las fuentes y éstas a su vez, determinan el método empleado.

### **Las fuentes explotadas**

Entre los estudios que se exponen en esta entrega, destaca el análisis de las fuentes que realizan Orlove y Bauer. Advierten que su elección de Chile se debe en mucho a la calidad de las fuentes que proporciona para realizar la investigación que se pretende. Dicen entonces:

“Al mismo tiempo quisimos subrayar nuestra discusión social y cultural también como pudimos con evidencia sistemática. Chile nos pareció debido a su servicio de estadística único en Latinoamérica. Provee documentos completos de datos importantes que comienzan donde deseábamos que comenzaran, del último tercio del siglo XIX en adelante. A diferencia de lo que imaginamos, la información obtenida en las aduanas para propósito de impuestos son relativamente

---

confiables.<sup>65</sup>

De modo que usan no solo las fuentes estadísticas, provenientes de las fuentes gubernamentales, sino también los relatos y escritos de viajeros para reconstruir la historia del consumo de bebidas.

Los reportes estadísticos oficiales son una fuente primaria en la que coinciden todos los autores que aquí se analizan. Se preocupan particularmente por exponer el consumo per cápita del café, y para ello tienen que contar con por lo menos dos datos confiables: el número de habitantes por año en cada país o región que se estudia y la cantidad de café que se consume en la nación por año, generalmente extraída de los recuentos de importaciones en el caso de los países no productores. Estos números son más accesibles conforme se acerca el siglo XX pero, a menos de que se halla llevado un registro cuidadoso -poco común-, no son tan claros en los siglos XVI, XVII y aun en el XVIII. Esto hace que Kisbán, por ejemplo, prefiera mostrar únicamente las estadísticas de 20 años: 1950-1970, a pesar de que su estudio sobre el café en Hungría abarca de 1541 a 1987, mientras que Essemyr se complace en señalar que "debido al tradicional fervor sueco por coleccionar estadísticas e información, yo he podido compilar una serie de datos para el desarrollo del consumo del café, no solo durante los períodos de prohibición sino de hecho, durante todo el período de 1749 a 1970".<sup>66</sup>

Además de las estadísticas, se recurre a otras fuentes primarias tradicionales<sup>67</sup>: los periódicos, como lo hacen, Castellero, Jiménez, Gonzales y Fenton, y los testamentos en el caso de Fenton, las discusiones parlamentarias, que son de utilidad a Essemyr, y las proclamas reales que ayudan a Burnett y los mensajes presidenciales que sirven de apoyo a Jiménez, igual que las guías para el establecimientos de cafeterías y restaurantes, lo mismo que textos y manuales sobre el café publicados en el Siglo XIX. Estas son fundamentales para Gerardo Sánchez, por ejemplo y lo mismo para Braudel y Wolf.

Pero otras fuentes primarias poco comunes son empleadas en estos trabajos: los menús de cafeterías son de gran provecho para que Kisbán reproduzca lo que se consume en esos establecimientos; los reportes de salud sobre el café o las "investigaciones médicas" sobre la bebida que se publican, favorece el estudio de Jiménez, Gonzales, Sánchez, Burnett y Essemyr. Los diarios personales amparan los hallazgos de Fenton.

Entre tanto, es evidente que los relatos de viajeros, las memorias y las crónicas, son fuentes

de indiscutible importancia -usados por la mayoría de los autores- cuando se pretende analizar el consumo y su importancia en la construcción identitaria, pues brindan información cualitativa referente a la cotidianidad que no se percibe con igual claridad en las estadísticas y censos de población.

En Costa Rica, el café es hoy la bebida más expandida y sin embargo no se conoce por qué y cómo llegó a esta posición, a ser incluso un elemento importante en la construcción del sentido de pertenencia compartido entre los costarricense. Es preciso analizar la relación existente entre consumo de café y sociabilidad en Costa Rica. De modo que la tarea está por iniciarse y afloran entonces una diversidad de cuestionamientos, producto precisamente de la ausencia de trabajos previos: ¿cómo surge y se desarrolla el consumo del café en Costa Rica? ¿Cuáles son las construcciones simbólicas que se desarrollan alrededor de esta bebida a lo largo de la historia? ¿En qué momento ocurre una popularización del consumo y llega a formar parte de la cultura? .

### PERSPECTIVA CONCEPTUAL

La historia del consumo ha adquirido un notable repunte en las últimas décadas, especialmente por la importancia que la proliferación de objetos materiales tiene sobre la vida de los pueblos y de las personas en la mayoría de las sociedades actuales. Este asunto, que fue tratado inicialmente por los historiadores económicos, pronto interesó a la historia social y en las últimas tres décadas, la historia cultural se ha introducido en ella de manera decidida, en mucho, gracias a su alianza con otras disciplinas que le han permitido repensar las nociones históricas básicas de cultura, bienes, relaciones sociales, consumidores, etc.

Los primeros historiadores económicos, preocupados por conocer los orígenes de la sociedad de consumo<sup>68</sup>, buscan en la Revolución Industrial la respuesta a sus preguntas y concluyen que el desarrollo tecnológico es en definitiva, el responsable del avance del mercado, el que en última instancia determina las relaciones de oferta y demanda -determinismo tecnológico-. Pronto Marx y sus seguidores enfatizan en la importancia de considerar los cambios en la organización social y en las relaciones de producción como precursores necesarios de cualquier variación tecnológica -la industrialización entre ellas-. Los escritores marxistas consideran fundamental la organización social de la producción como el factor primario en la transformación de la modernidad<sup>69</sup>. La escuela

histórica marxista sitúa la cultura material en relación con el hecho socioeconómico.

### La cultura material en los Annales

Fernand Braudel<sup>70</sup> -1967- desarrolla un magistral estudio del capitalismo y la vida material ubicado entre los años 1500 y 1800 donde además de describir la creación del mundo industrial moderno, se ocupa, desde la perspectiva de la historia económica, de la naturaleza, estructura y dinámica del comercio mundial a partir del siglo XVI. El decano de la escuela de los Annales, analiza la esfera de la demanda de modo breve, dentro del gran ecúmene mercantil que vincula a partes muy diversas del mundo. Su argumentación acerca de la conexión entre la oferta y la demanda en los inicios del mundo capitalista, establece el asunto en su perspectiva temporal.

En realidad, a pesar de que Braudel es el autor de la primera gran síntesis sobre la historia de la cultura material, nunca la separa del estudio del capitalismo. De hecho, para él, la vida material es como la planta inferior de una construcción cuya planta superior está constituida por lo económico.<sup>71</sup> En otros términos, la historia global de los Annales sitúa la historia de la cultura material en un lugar no marginal como lo acusan los marxistas, sino en uno subordinado a la historia económica<sup>72</sup>.

En todo caso, la obra de Braudel despierta el interés en los Annales por la historia de la vida material de lo cotidiano. Estos estudios ciertamente, “trataron de dar una historia de aquello que parecía no tenerla: la vida material y comportamientos biológicos, historia de la alimentación, historia del consumo de alimentos y vestido, historia de las enfermedades todos estos estudios reconsideraron las certezas concernientes a la eficacia del modelo de homo oeconomicus para comprender las sociedades antiguas”<sup>73</sup>.

Los historiadores de Annales, que inician la tan traída y llevada encuesta de los años 60<sup>74</sup>, insisten en el aspecto biológico y nutritivo de la alimentación, instalado en la larga duración de los hábitos culturales y de las estructuras bioeconómicas. Se estudian cuáles son las raciones individuales y colectivas, los aportes calóricos y la composición -en nutrientes- de la dieta, y, consiguientemente, los fenómenos de la sobrealimentación, la subalimentación y el hambre. Se intenta ofrecer, igualmente, una explicación alimentaria de los hechos demográficos, técnicos e intelectuales, aunque también se es consciente del peligro que puede suponer la consideración de la alimentación como motor de la historia. Los aspectos económicos -centrados en el abastecimiento y en las crisis de subsistencias- y los psicológicos quedan relegados a un segundo plano. Se le señala a la encuesta lanzada por los Annales el no haber usado “más que las fuentes cuyo contorno social estaba

claramente marcado: la introducción del café, del tabaco o de los alcoholes de destilación apenas significa nada para el historiador, mientras no cuente con los medios que determinen el impacto o el periplo social de estos nuevos productos.”<sup>75</sup>

A partir de esta encuesta, las investigaciones sobre el consumo de alimentos se han orientado en tres direcciones complementarias. La primera plantea la relación entre una población y el stock alimentario que puede disponer y así el problema dominante son las crisis de subsistencia que caracterizan un conjunto de estructuras económicas y sociales preindustriales o de “antiguo tipo”.

La segunda dirección es aquella donde los historiadores han estudiado los trabajos de los nutricionistas contemporáneos y especialmente, sus análisis sobre el tercer mundo. “Toda una lista de fuentes seriadas permitían intentar con una aproximación satisfactoria la constitución de balances calóricos, proteicos, vitamínicos, al menos en cuanto a grandes productos de consumo corriente: trigo, vino, carne”<sup>76</sup>. Ubicada en la larga duración, la magnitud de datos que logran recopilar a través de encuestas administrativas y cuentas de arbitrios municipales, contabilidades de hospitales, monasterios, colegios, marineros, obreros, etc., han ocasionado un problema serio en cuanto a la imposibilidad de hacerlos homogéneos y comparables. Además, estos datos dan pie sólo a enfoque globales.

La tercera dirección considera a los alimentos también bienes culturales; el consumo alimentario está organizado conforme un código simbólico muy estricto.<sup>77</sup> “los ritmos de preparación y de la comida, el calendario de usos y costumbres (fiestas, cuaresmas), las técnicas de consumo (los “modales en la mesa). Constituyen elementos de identificación sociocultural muy poderosos, por lo que con razón ha podido hablarse de una “sociabilidad alimentaria”.

En todo caso, algunos de los estudios sobre historia de la cultura material expuestos por los Annales toman en cuenta el aporte de los trabajos antropológicos, y hacen “hincapié en la observación de las prácticas y de los gestos individuales y colectivos, sobre las preguntas planteadas por la memoria, la transmisión, el cambio de las actitudes y de los hábitos que estructuran el universo en donde evolucionan los hombres, sobre aquello que se une o que se opone a través de los habitus (P. Bordieu) o de las lógicas de situación (K. Popper).”<sup>78</sup>

### **El consumo desde la Historia Social**

A pesar de la magna obra de Braudel y de sus consecuencias en el campo de la historia material, Daniel Millet, realizando un recorrido por los aportes que sobre este terreno se han logrado

desde las diversas perspectivas -historia económica, historia social e historia cultural-, advierte que Braudel, "...en relación con las fuentes y las consecuencias de los cambios en la demanda, añade muy poco a lo anticipado por Werner Sombart"<sup>79</sup>.

Desde la historia social, Sombart analiza el capitalismo europeo entre los años de 1300 y 1800, y sus observaciones se convierten en una opción a las perspectivas marxistas y weberianas referidas a los orígenes del capitalismo occidental. Al enfatizar en la demanda, en la política de la moda, al colocar las directrices económicas dentro del contexto de las transformaciones de la sexualidad, y al aproximarse dialécticamente a la relación entre lujo y necesidad, en el infinito campo del desarrollo social, Sombart antecede las aproximaciones semióticas del comportamiento económico de Baudrillard, Bourdieu, Kristeva y otros.

Estos estudiosos, unos adheridos o algunos fuertemente influenciados por la escuela de pensamiento conocida como "estructuralista", igual que los antropólogos Claude Lévi-Strauss y Mary Douglas o el semiólogo Ronald Barthes, tienen como virtud que reconocen claramente que el gusto es culturalmente formado y socialmente controlado. "Su debilidad es que tienden a ser estáticos, y tienen poco que decir acerca de como cambian y se desarrollan los gustos en una sociedad a través del tiempo..."<sup>80</sup>

Norbert Eliás habla de que los cambios en los patrones sociales convencionales y en los gustos culturales son entendidos en relación a extensos procesos de desarrollo social. Su posición, que influye claramente en el desarrollo posterior de la historia del consumo, se resume en su concepto de sociogénesis que señala:

"Si en toda investigación psicogenética es necesario considerar no solamente el orden funcional de lo "inconsciente" o de lo "consciente", sino todo el movimiento de las funciones psíquicas, lo mismo sucede con la investigación sociogenética en la que, desde el principio, es necesario considerar la totalidad de un ámbito social más o menos diferenciado y rico en tensiones. Esta empresa sólo es posible gracias a que el entramado social y su cambio histórico morfológico no es un caos, sino que hasta en las fases de mayores trastornos y desórdenes sociales hay un orden y una estructura claros. Investigar la totalidad de un ámbito social no implica que sea necesario estudiar todos los procesos individuales dentro de esa totalidad, sino que implica, sobre todo, descubrir las estructuras fundamentales que señalan la orientación y la configuración específica a todos los procesos individualizados dentro de dicho ámbito. Implica, asimismo, plantearse la cuestión de la diferencia entre los ejes de tensión y las cadenas funcionales e instituciones de una sociedad del siglo XV, y otra del siglo XVI o del siglo XVII, y por qué aquella evolución hasta convertirse en otras cosas. Pero, a partir de una etapa en el conocimiento de la realidad material, la historiografía alcanza

una fase en la que ya no puede contentarse con la mera recopilación de detalles y con la descripción de lo que ya se ha recopilado, sino que tiene que penetrar en las leyes que hacen que los seres humanos de una determinada sociedad se relacionen, se encuentren inmersos en determinada morfología, y en cadenas funcionales absolutamente específicas ...”<sup>81</sup>

Influídos por las posiciones de Elías, John Nef, y Chandra Mukerji sostienen la tesis central de que lejos de ser un resultado de la revolución industrial -tecnológica del siglo XIX-, la cultura material y el nuevo consumo orientado a productos y bienes en todo el mundo, constituyen el prerequisite de la revolución tecnológica del capitalismo industrial. De esta manera rechazan la dicotomía weberiana entre el puritanismo y el romanticismo como contextos culturales para el cálculo capitalista. Mukerji ofrece nuevas evidencias y argumentaciones que ubican el gusto, la demanda y la moda en el núcleo de una narración cultural de los orígenes del capitalismo occidental, y que revaloran la importancia de las cosas en la ideología del renacimiento europeo.

### **La discusión anglosajona del consumo**

La historia del consumo, que pretende conocer y comprender la cultura del consumidor, tuvo su apogeo en Inglaterra en la década de 1980. <sup>82</sup> Uno de sus principales exponentes, John Brewer advierte sin tapujos que el consumo es una importante herramienta para la interpretación histórica, “nosotros necesitamos entender cómo se originó este sistema [el consumo en masa de bienes y servicios] y cómo ha funcionado. Para hacerlo, es indispensable que nosotros investiguemos de una manera más comprensiva los eslabones que conectan la cultura material... a los sistemas políticos y sociales con los que se han vuelto simbióticos”<sup>83</sup>.

Cierto es que hay preguntas claves aun sin respuesta. Los británicos señalan dos que consideran básicas:

¿Ha predicho el emergente mundo de los bienes por alguna necesidad económica-tecnológica la posibilidad de ciertos ordenes de regímenes (el antiguo régimen o la tiranía bruta), y ha desprovisto ciertas clases de futuro político (por ejemplo la revolución proletaria como señalada en el manifiesto comunista). Que tan lejos debemos ver el consumismo como una mentalité informando actitudes no solo a través de los bienes y pertenencias sino también a las relaciones personales y filosofías políticas? De qué manera la historia revela la manipulación de actitudes tales como la emulación por líderes políticos y comerciantes, pseudo-profesiones, por agencias de relaciones pública no menos que los manufactureros, mercaderes y sus maquinarias publicitarias? A lo largo del *homo faber* y el *homo economicus* y todos los otros “homos” inscritos en la sociedad moderna, necesitamos conocer que tan lejos el nuevo mundo de los

bienes estuvo simultáneamente creado por y creando, una nueva clase de hombre (y mujeres): homo edens, el consumidor, o, aun menos adulador, homo gulosus.”<sup>84</sup>

La historia del consumo de alimentos se ha desarrollado con profusión en esta tendencia y uno de sus exponentes es el antropólogo Sindy Mintz. Este autor se interesa, tanto por el apetito como por la satisfacción de esa necesidad biológica, pero más aun, su preocupación se centra en la emergencia de la modernidad, y lo que la vida moderna ha significado, en relación a los alimentos. La actitud de los seres humanos ante los alimentos es variada, depende de su entorno cultural, por ello “comer nunca es una actividad “puramente biológica” (lo que sea que “puramente biológico” signifique). Los alimentos ingeridos tienen historias asociadas con el pasado de quienes los comen; la tecnología empleada para obtener los alimentos, procesarlos, prepararlos, servirlos y consumirlos, son todas culturalmente variables, con historias independientes. No es la comida simplemente un bien comestible, su consumo está siempre condicionado por significados. Esos significados son simbólicos, y son comunicados simbólicamente; ellos también tienen historias.”<sup>85</sup>

En 1985, Mintz publica un libro titulado *Sweetness and Power*<sup>86</sup> cuyo objetivo era mostrar cómo y por qué el azúcar llegó a ser, en corto plazo, -su trabajo se ubica entre mediados del siglo XVII y siglo XIX- un artículo extensamente consumido por los sectores populares en la sociedad inglesa, a pesar de haberse iniciado su consumo como un artículo de lujo. Más aun, su interés es “entender como el mundo del mercado del azúcar cambia cuando Inglaterra se involucra ella misma en la producción del azúcar -con sus barcos, las formas de ventas y el consumo-; para determinar cómo y por qué Inglaterra llegó a ser el mayor consumidor de azúcar del mundo mientras permanecía como un importante exportador, para aclarar este fenómeno (aunque no tanto como los competentes historiadores sociales británicos podrían hacerlo ahora, si ellos desean)...; y para relacionar, por hipótesis y por conjetura, el rápido aumento del consumo de azúcar a cuestiones de clase y poder de clase”<sup>87</sup>. Según sus conclusiones, el poder jugó un papel de primer orden en este fenómeno expansivo del consumo; por una parte, una expresión obvia del poder se refleja en el control de un sector de la población, sobre la tierra, la producción y la mano de obra esclava que se utilizaba para la obtención del producto, la otra forma de poder “menos obvia tiene que ver con lo que el consumo del azúcar llegó a significar. Al ser una sustancia rara y costosa, su extenso consumo expresó una clase de poder ...conforme la producción de azúcar aumento, su precio cayó y sus consumidores se multiplicaron.

El poder del rey se mide por la comida que consume. El poder era inherente a la ascendencia comercial del estado, sus dominios coloniales, su poder sobre el cobro de impuestos, los beneficios del negocio vigilado y protegido”<sup>88</sup>.

Analizando el libro de Mintz, Daniel Baugh advierte que “la esencia del mensaje histórico está aquí: 1) el consumo de masas del azúcar constituyó un (oculto) recurso de poder; 2) la necesidad para controlar este consumo masivo condujo a una dulce revisión de la racionalidad filosófica de la política colonial; 3) La revisión ocurrida, y la reducción relativa en el precio del azúcar fuera del sistema colonial británico, llevó, según nosotros presumimos a la burguesía británica, a importarlo con el objetivo de aumentar al máximo sus ganancias del comercio”<sup>89</sup>.

Entre tanto, Günther Lottes reconoce que al combinar Mintz diferentes aproximaciones metodológicas provenientes de la economía, la historia social y la antropología, va más allá de la usual comodidad histórica, demostrando como mucha de la historia económica se resiste ganar de la cooperación interdisciplinaria. En todo caso asegura que lo que Mintz ha dicho acerca del significado de los comestibles, de los cambiantes patrones alimenticios, de la conexión del té con el azúcar, y de la discrepancia entre los valores nutricionales y calóricos del azúcar es iluminador y da sustento a lo que los historiadores económicos usualmente presentan como simples declaraciones.<sup>90</sup>

Como lo advierte Roseberry acertadamente, Mintz hace más.

“El muestra que los cambios en los patrones de consumo estuvieron unidos a los cambios en los estilos de vida, los cuales estuvieron ligados a la industrialización. El azúcar llenó las necesidades de una población en desarrollo que quería aparentemente rápida energía. Y Mintz concluye que el consumo de azúcar y otros alimentos substitutos sirvieron a la acumulación de capital también, pero formando parte posiblemente de una dieta barata para la clase trabajadora. Después, al explorar los cambios de significado del azúcar y la dieta, su capítulo sobre el poder sugiere las formas en las cuales estos significados fueron ajustándose por las políticas públicas y los gustos”.<sup>91</sup>

Sin embargo, a través del examen de un único producto, el azúcar, y Mintz examina la conexión de hilos económicos, políticas, sociales y culturales que teje de un lado a otro entre el punto periférico de la producción y el punto central del consumo.

Los estadounidenses, no menos interesados en el fenómeno del consumo, particularmente porque los afecta de manera especial, han realizado importantes tareas tendentes a explicar el proceso de formación de la sociedad del consumo. En 1983 se publica una colección de ensayos bajo el título de “La Cultura del Consumo” donde los contribuyentes anuncian que su trabajo es un intento de

rehistorizar y re teorizar la cultura del consumo americano. La armazón teórica es entonces weberiana, marxista y durkeiniana y la historia que se cuenta permanece en muchos aspectos marcada por el cambio de una ética de la producción a una ética del consumo, un ideal de salvación y un ideal terapéutico y de las actuaciones locales a los espacios de masa mediados; en resumen resulta un estudio de los productores, estilistas y críticos, de un consumidor hegemónico ideal y no una respuesta a los modelos de consumo o sobre la cotidianidad de los consumidores ordinarios. “Nuestras contribuciones eran claramente recibidas como revisionistas y como extensiones de las visiones centrales de la Escuela de Frankfurt.”

La historia del consumo presentaba entonces tres desafíos básicos de acuerdo con el criterio de los estadounidenses:

“Primero, su reto a la narrativa recibida del consumo en el mundo euroamericano; segundo su reto a las causas y condiciones percibidas de esa historia, y tercero sus retos a los juicios sobre la cultura del consumidor “moral, estética y política) que por mucho tiempo han subrayado y sobredeterminado nuestras perspectivas sobre el sujeto. A riesgo de anticipar mi argumento, permítanme resumir brevemente lo que yo veo como el resultado de estos retos. Primero los historiadores han trasladado el nacimiento de la cultura del consumidor occidental al periodo moderno temprano y han diferido la llegada de la cultura del consumir en masa a mediados del siglo XX. Segundo, ellos han rechazado las dicotomías weberianas entre el puritanismo y el romanticismo y correspondientemente entre, ahorrar y gastar, en algunas instancias. También ellos han abandonado la clásica distinción marxista entre el uso y el valor y el valor simbólico. También ellos han reevaluado la dimensión política y moral de la fantasía, el fetichismo, los sueños y los deseos las claves de la mistificación del consumidor así como entonces era entendida. Como resultado, la interpretación produccionista proveedora y hegemónica de la cultura del consumidor ha sido sacudida, sino derribada, dejando un hombre unidimensional abandonado en una pequeña isla de la historia.”<sup>92</sup>

El reto fue asumido tanto en la narrativa, como en la interpretación y en los métodos que se evidencia en estudios sobre la cultura material moderna, la cultura popular y la recreación en el siglo XIX y el consumo de la clase trabajadora en el siglo XX. Paralelamente, surge una variedad de acercamientos a la cultura del consumidor que se desarrollan desde otras disciplinas: nuevos estudios sociológicos y antropológicos del gusto, los bienes y sus usos, estudios literarios sobre la respuesta del lector y estudios culturales sobre la dimensión simbólica de los bienes.

La historia de la alimentación tiene diversos exponentes, no obstante, la mayoría de las aproximaciones coinciden en sus intereses: explicar como los grupos sociales desarrollan estándares

del gusto. Como varían los estándares culturales en sus formas: algunos tienen comandos fuertemente atados, otros son solamente opciones abiertas a los miembros del grupo. Estas fuerzas pueden ser mejor juzgadas no desde la psicología sino desde la evidencia antropológica. En resumen, su preocupación es explicar cómo y por qué cambian y se desarrollan los gustos alimenticios en las diversas sociedades a través del tiempo. Con tal objetivo, consultan periódicos, menús, libros de cocina, testamentos, actas notariales, registros estadísticos de alimentación, etc.

### **La Historia Cultural y el consumo**

Entre tanto, el francés Daniel Roche, se afina en la historia cultural para analizar las “cosas banales”. En su libro titulado “Historia de las cosas cotidianas” muestra un ensayo que abre brecha en un camino por el que transitan los historiadores culturales que vierte luz sobre los orígenes de la sociedad del consumidor, y por eso el nacimiento del mundo moderno. Las cosas que nosotros consideramos como los objetos cotidianos de consumo no siempre han sido así: ¿cómo, por consiguiente, las personas en el mundo moderno se han vuelto prisioneras de los objetos? Daniel Roche contesta esta pregunta instalándose en lo que se ha dado en llamar la antropología histórica, e imaginativamente explora los orígenes de los muebles y objetos de la vida diaria moderna.

Las razones que conducen a Roche a interesarse en la historia de la cultura material de la vida diaria son dos básicas a su juicio: “en primer lugar es un medio para contribuir a una relectura más general de la historia económica y social...pero también de encontrar nuevamente las interrogantes que movilizan a los historiadores europeos y americanos hacia la comprensión de las economías de consumo y de comercialización dominantes, su nacimiento y desarrollo, la naturaleza de las fronteras que las separan de las sociedades de las que provienen y a las que se oponen fácilmente.

En segundo lugar, esta historia intelectual y cultural quisiera hacer comprender los fenómenos de la vida que, individual o colectivamente, revelan apropiación. Es por esto que no oponemos producción y consumo, dimensión económica y distribución social, porque “la producción es inmediatamente consumo, el consumo es inmediatamente producción..., toda mercancía, todo objeto se convierte entonces en algo muy complejo, pleno de sutiles metafísicas, incluso de argucias teológicas”.<sup>93</sup>

Sin embargo, de acuerdo con Roche, para comprender la relación entre la producción de los objetos y su consumo, es necesario cuestionarse de nuevo sobre “la oposición clásica entre las infraestructuras y las superestructuras, entre las realidades y las representaciones, entre los hechos

relevando explicaciones simbólicas o intelectuales y aquellos que movilizan los significados materiales y económicos. Los objetos, las relaciones físicas y humanas que ellos conllevan, no pueden reducirse a una simple materialidad, no más que ser simples instrumentos de comunicación o de distinción social.”<sup>94</sup>

Al historiador francés le interesa insertarse en la vida cotidiana

“con la idea de que “cultura material” es finalmente aquella del “¿cómo y por qué pueden vivir los hombres como viven y por qué lo aceptan?” En la totalidad que supone lo cotidiano ¿podemos encontrar un sentido que tenga a la vez en cuenta las relaciones sociales -y de la manera en la que ellos intervienen en la relación producción-consumo- y las condiciones intelectuales y sensibles que las autorizan? En otro términos, quisiéramos conservar el aporte de la historia económica y social de Braudel y Labrousse integrando en ella el proyecto de una historia cultural. “sensible a la manera en que las ideas y las prácticas se articulan con el mundo social, sensible también a las separaciones de las sociedades, a la diversidad de los empleos de materiales o códigos compartidos.”<sup>95</sup>

El consumo, para Roche, no conduce inevitablemente a la alienación del sujeto, como se planteó en las posiciones hegelianas y marxistas, que resume de la siguiente manera: “la construcción del sujeto en un proceso de apropiación creativa de los objetos y del mundo, que para Hegel competía una simultaneidad ubicada en el centro de la teoría del conocimiento, se convirtió en la causa de una alienación del sujeto, instalada por Karl Marx en el seno de una teoría de la praxis. El trabajo del hombre, fuente de valor, pierde su sentido cuando el individuo es privado del control de su creación, cuando la objetivación produce sujetos alienados, ya que el productor y su producto están separados, ya que la formación jurídica y social registra el corte entre el hombre y el mundo.”<sup>96</sup> En contraposición, advierte que el mundo de los objetos es el medio de un proceso creativo, no de la total alienación pues la relación de los individuos con lo social pasa por la objetivación. Si se parte de esta premisa, la historia del consumo puede comprender mejor la continuidad de lo material y de lo simbólico, la unión de las representaciones y de las realidades.

Roche, se acerca a la antropología a través de la descripción densa de Clifford Geertz; con este procedimiento, busca hacer aflorar el sentido de totalidad de la cultura, a través de descifrar el significado simbólico de las cosas. La cultura es entendida entonces, de una manera globalizante: todas las relaciones interpersonales son de naturaleza cultural, incluso las económicas y sociales. La diferenciación social se difumina en la cultura en tanto, las formas simbólicas se encuentran

organizadas en un sistema donde es dable suponer la interdependencia entre ellas y por tanto la existencia de un universo simbólico colectivo.

En todo caso, Daniel Millet es enfático en afirmar que los gustos culturales y necesidades son producto de experiencias sociales, el resultado de lo que ellos encuentran en sus tribus, sus comunidades y sus clases sociales en una gran sociedad. Pero las fuerzas sociales que cambian el gusto de una generación son ellas mismas el producto de largos procesos de desarrollo social corridos a través de muchas generaciones. La experiencia de una generación no puede ser entendida sin mirar atrás a sus predecesores. Para explicar los cambios en los gustos, nosotros tenemos que mirar la materia históricamente. (Procesos de cambio estructurados).<sup>97</sup>

No cabe duda de que la antropología histórica ha sido ensayada por los franceses hace ya varias décadas. André Burguière, especialista en historia de las estructuras y de los comportamientos familiares, advierte que la obra de Braudel a la que nos hemos referido, "Vida material y capitalismo" es un libro de antropología histórica por varias razones: no se contenta solo con enumerar los objetos que pueblan el universo cotidiano del mundo preindustrial sino que ha mostrado como los grandes equilibrios económicos, los circuitos de intercambios fabricaban y trasformaban la trama de la vida biológica y social; como los comportamientos integraban en el gusto, en los gestos repetidos tal producto alimentario importado recientemente de otro continente... o de otra clase social, transformando la innovación en hábito.

Burguière define la antropología histórica como "una historia de los hábitos: hábitos físicos, gestuales, alimentarios, afectivos, hábitos mentales... lo peculiar de la antropología sería estudiar los fenómenos a través de los cuales se designan una sociedad y una cultura; fenómenos no significantes -para emplear el lenguaje del tiempo- sino significados, es decir, digeridos e interiorizados por la sociedad."<sup>98</sup>

Uno de los hábitos fundamentales es la alimentación, donde los criterios del gusto son básicos para suscitar el cambio. A criterio de Burguière, la segregación y la permanencia de los hábitos alimenticios, su relativa insensibilidad a las mutaciones del medio económico se explican por un mecanismo de fidelidad de las normas aprendidas, de manera que las preferencias alimenticias son uno de los mayores soportes de la identidad cultural. A nivel de tratamiento histórico, asegura, "en la evolución de los comportamientos alimenticios, se cruzan la historia económica, la historia social y la historia de los sistemas culturales. La antropología histórica tiene como tarea concreta y precisa

dar cuenta de estos cruzamientos.”<sup>99</sup>

La perspectiva antropológica es expuesta por Bourdieu en su ya famoso libro “La Distinción”. Al mapear las diferencias por el gusto, Bourdieu relaciona los niveles educacional y ocupacional a la concepción común de clase, como baja, media y trabajadora. El gusto es entonces visto principalmente como la causa del “clasicismo” el cual puede ser definido como la forma en que la clase media y baja intenta mostrar otro estatus, a través de la adquisición de comodidades ordinarias, copias artificiales, o falta de estilo, y el menosprecio que la clase trabajadora siente por las pretensiones, frías y degeneradas de las clases media y baja.

Las diversidades básicas en el gusto son producto, según Bourdieu de las diferentes experiencias de estas clases en la sociedad moderna. La proximidad de los gustos de la clase trabajadora deriva de la proximidad de su experiencia de trabajo y la presión impuesta por sus necesidades. Una persona quien se abastece del trabajo manual, y cuyo acceso al sustento básico y al confort no es garantizado, tiene un respeto y un deseo por lo sensual, lo físico y el inmediato. Un individuo quien ha sido inducido en las abstracciones de la educación y el capital, y quien tiene aseguradas la obtención de sus necesidades diarias, cultiva una distancia de estas necesidades, y afecta un gusto basado en el respeto y el deseo por lo abstracto, distante y formal. Estas condiciones objetivas son interiorizadas a través de “hábitus” como deseos expresados en el gusto. Los bienes no son solo un reflejo de la distinción, son un instrumento de ella.

## EL CONSUMO

El consumo es un fenómeno social, es el proceso de apropiación de los objetos donde las necesidades y los deseos se convierten en objetos y valores. Siendo así, es fundamentalmente cultural.

El consumo está relacionado con tres campos de respuesta social rigurosamente entretnejidos. En primer término, la adquisición de bienes y servicios es el punto de partida y de llegada de las relaciones de producción -organización productiva, habilidades tecnológicas, relaciones de trabajo, de propiedad y de distribución-<sup>100</sup>. En otras palabras, la demanda está determinada por fuerzas sociales y económicas y por otra, la demanda puede manipular, dentro de ciertos límites, estas fuerzas<sup>101</sup>.

En segundo lugar, todos los objetos de consumo tienen significados implicados en ellos. “La mayoría de los actos privados de consumo animan sistemas de signos públicos y sociales, no necesariamente en el sentido de desplazamiento público (como en ideas de emulación, “consumo

conspicuo” o “estados de competencia”), sino fundamentalmente a través de procesos de reproducción cultural: consumiendo nosotros no solo -simplemente reproducimos nuestra existencia física- sino que también reproducimos (experimentamos, transformamos, defendemos, contestamos, imaginamos, reflejamos) formas de significado de vida culturalmente específicas. En el consumo mundano nosotros construimos relaciones e identidades sociales.”<sup>102</sup>

Finalmente, el consumo es un proceso cultural que se desarrolla en el oeste en el curso de la modernidad y actualmente es central para las prácticas significantes de la vida diaria. Estas últimas se definen en la modernidad occidental<sup>103</sup>, por la selección, el individualismo y las relaciones de mercado.

La problemática presente en este contexto tiene vinculación con las relaciones entre consumo, oferta y demanda. En principio, lo que caracteriza las sociedades de consumo es que la oferta, mediante la manipulación simbólica, los juegos de “distinción”, etc., fabrica la demanda. En la sociedad de consumo, la oferta fabrica el gusto.

En síntesis, el consumo es entonces un espacio donde los seres humanos se identifican y se diferencian. Analizando el consumo con ojos del presente, García Canclini propone delimitarlo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos”<sup>104</sup>. A la luz de esta definición, el consumo es comprendido por varias racionalidades: económica, sociopolítica interactiva y por aspectos simbólicos y estéticos de la racionalidad consumidora. En esta última, “la lógica que rige la apropiación de los bienes en tanto objetos de distinción no es la de la satisfacción de necesidades, sino la de la escasez de esos bienes y la imposibilidad de que otros los tengan”<sup>105</sup>. En todo caso advierte que “las luchas generacionales acerca de lo necesario y lo deseable muestran otro modo de establecer las identidades y construir lo que nos distingue. Nos vamos alejando de la época en que las identidades se definían por esencias ahistóricas: ahora se configuran más bien en el consumo, dependen de lo que uno posee o es capaz de llegar a apropiarse”<sup>106</sup>.

El consumo permite enunciar -anunciar, proclamar- las identidades pues estas nacen de relaciones sociales y de poder, por tanto, el consumo es un elemento central en la conformación de identificaciones sociales, pues cuando seleccionamos los bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos<sup>107</sup>, es al decir de Appadurai, “la etapa durante la cual los bienes se vinculan a referentes personales,

cuando dejan de ser “bienes” neutrales (los cuales pueden ser poseídos por quienquiera y identificados con cualquiera), para convertirse en atributos de seres individuales, en insignias de identidades, y en signos de relaciones y obligaciones interpersonales específicas”<sup>108</sup>.

En todo caso, el significado de las cosas, es parte de la formación de las relaciones sociales y del orden social. En tal sentido, la sociabilidad, la pertenencia a un grupo social y el mantenimiento de relaciones sociales, que nunca es total ni finita<sup>109</sup>, resulta un elemento básico tanto para la construcción de identidades como para la creación de estilos de vida ¿por qué? Porque las preferencias por el consumo están socialmente organizadas a través de “habitus” o estructuras predisuestas. El consumo es parte de la reproducción cultural de las relaciones sociales<sup>110</sup>, es el espacio para la distinción, donde a través de la expresión del gusto, se indica a otros una porción de la posición social.

## COMUNICACIÓN Y CONSUMO

Aunque el consumo es un recurso de diferenciación, constituye, al mismo tiempo, un sistema de significados. Cada objeto destinado a ser consumido es un texto abierto que exige de la cooperación del lector, del espectador, del usuario, para ser completado y dotado de significado, tanto por los incluidos como por los excluidos. Todo bien es un estímulo para pensar y al mismo tiempo un lugar impensado, parcialmente en blanco, para el cual los consumidores, cuando lo insertan en sus redes cotidianas, engendran sentidos inesperados. Pero si los miembros de una sociedad no compartieran los sentidos de los bienes, si sólo fueran comprensibles para la élite o la minoría que los usa, no servirían como instrumentos de diferenciación... en el consumo se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad.<sup>111</sup>

El consumo de bienes es entonces una forma de comunicación. La afirmación es válida si se considera que la comunicación es un proceso de construcción/reconstrucción, transmisión e intercambio de ideas, emociones, opiniones, prácticas individuales o colectivas, etc. que se genera en diferentes planos -individual, grupal, colectivo- en el cual la intervención de los participantes depende de sus recursos culturales, económicos, sociales y políticos. La comunicación es una relación social compleja que se establece dentro de un contexto económico, político, social y cultural particulares, el cual influye y modifica a su vez los procesos de comunicación. Es además un proceso social de construcción, producción y reproducción, transmisión y consumo de significados sociales por medio de los cuales se construyen pautas culturales en tanto crea identidades -individuales y colectivas- y

modifica los comportamientos.

La comunicación es un fenómeno y un campo de interacción humana y por tanto los discursos son dialógicos: distribuidos entre voces ajenas y propias donde cada palabra propia es, al mismo tiempo, ajena. Más aun, toda relación de comunicación está ligada al terreno del poder, es decir, al terreno de los conflictos por la producción de un pensar hegemónico que actúa como principio de inteligibilidad y justificación de lo real.

En tal sentido, la comunicación es producida por actores sociales, con prácticas comunicativas que no se separan de otras relaciones sociales: el trabajo, el ocio, el género, el entorno, la etnia, la edad, el consumo. Es precisamente dentro de esas especificidades y condiciones de experiencia vital que se construyen las diversas actividades y prácticas comunicativas.

La comunicación es una actividad altamente mediada ya por individuos, ya por medios técnicos. Pero también es mediada por las representaciones sociales, por el habitus (esquema o sistemas de percepción, valoración y acción) por condiciones de experiencia, por posiciones del sujeto, por características sexuales, etarias, culturales, institucionales, éticas... que afectan a todos los individuos en su doble condición de emisores y perceptores, al mismo tiempo, en esa relación dialógica de intercambio permanente y omnidireccional. A través de la comunicación, se producen construcciones simbólicas de la realidad.

“Existe una lógica en la construcción de los signos de status y en las maneras de comunicarlos. Los textos de Pierre Bourdieu, Arjun Appadurai y Stuart Ewen, entre otros, muestran que en las sociedades contemporáneas buena parte de la racionalidad de las relaciones sociales se construye, más que en la lucha por los medios de producción y la satisfacción de necesidades materiales, en la que se efectúa para apropiarse de los medios de distinción simbólica. Hay una coherencia entre los lugares donde los miembros de una clase y hasta de una facción de clase comen, estudian, habitan, vacacionan, en lo que leen y disfrutan, en cómo se informan y lo que transmiten a otros. Esa coherencia emerge cuando la mirada socio antropológica busca comprender en conjunto dichos escenarios. La lógica que rige la apropiación de los bienes en tanto objetos de distinción no es la de la satisfacción de necesidades, sino la de la escasez de esos bienes y la imposibilidad de que otros los tengan.”<sup>112</sup>

Los bienes, como bien señala Mary Douglas, están conectados intrínsecamente al contexto, a las relaciones y a las prácticas sociales. Primero, el significado de los bienes ni es socialmente arbitrario ni se deriva de un sistema autónomo de signos. Al contrario, el sistema de clasificación que

gobierna el significado de las cosas refleja el orden social en sí mismo y son básicos para su reproducción como un orden moral. Segundo, estos significados son usados en las prácticas cotidianas, “para formar y mantener las relaciones sociales”<sup>113</sup> Ellos no solo organizan las prácticas -rituales de consumo- a través de categorías del orden social, sino a través de esas prácticas el orden es reproducido. Los bienes no son meros mensajes sino que ellos constituyen un variado sistema de comunicación en sí mismos. El orden social es desplazado y afirmado a través del consumo, también es aprobado, operacionalizado, a través de las prácticas. “A través de nuestro consumo formamos el sentido y el orden social no solo dentro de los confines de un sistema de signos sino a través de un campo social total de prácticas.”<sup>114</sup>

La visión de Douglas como la de Durkheim, es fundamentalmente integrativa. El consumo como un flujo de información integra a la gente dentro de un mundo social inteligible. El conocimiento de los códigos de consumo y el entendimiento de los rituales de consumo son esenciales para el “proyecto de crear la inteligibilidad” y de tenerlo socialmente confirmado: “el individuo usa el consumo para decir algo acerca de sí mismo, de su familia, su localidad... la clase de declaraciones que hace son acerca de la clase de universo en el que él está”. Por el contrario, esto genera una forma de desigualdad. La pobreza no es solo la carencia de posesiones sino más bien la exclusión de participar en el flujo de información, en consumir menos, somos excluidos de los eventos sociales esenciales y el conocimiento. De hecho, ambas clases de pobreza van juntas por exclusión del flujo de la información de consumo, se tienen consecuencias materiales directas.<sup>115</sup>

## **HERRAMIENTAS TEÓRICAS PARA EL ANÁLISIS DEL CONSUMO DEL CAFÉ EN COSTA RICA**

El consumo del café significó un cambio con respecto a los patrones sociales convencionales de los costarricenses, tal variación no puede ser entendida sino es en relación a un extenso proceso de desarrollo social, para seguir la línea de Elías, entender cuales fueron los factores endógenos y exógenos que finalmente determinaron el cambio, parece ser indispensable en una historia del consumo de un producto como el café. La práctica fue comunicada de generación en generación hasta extenderla al conjunto social y finalmente establecerse como parte de la cultura del costarricense.

Si el consumo es una herramienta para la interpretación histórica, al decir de Brewer, entonces el proceso a través del cual se logra consolidar la ingesta de café en Costa Rica es una ventana para conocer parte de la historia social y cultural de esta nación. Al aprender respecto a su origen y su

funcionamiento, se pueden entonces descubrir elementos de la cotidianidad hasta ahora vistos colateralmente o desconocidos. Como bien señala Brewer, el proceso histórico del consumo de este producto puede ser un eslabón que relaciona la cultura material y los sistemas políticos y sociales.

El consumo de alimentos está condicionado por significados, según advierte Mintz, y significados que simbolizan algo y son a su vez comunicados simbólicamente. Mintz hace una distinción entre significados interiores, lo que la gente indica que es lo que significan las cosas y “exteriores” -para darle un término que no usa el antropólogo al que nos referimos- que puede significar el consumo y sus múltiples significados para los participantes, para la sociedad y para los que gobiernan. Los significados interiores a su vez se adquieren y convencionalizan a través de dos procesos: intensificación y extensificación. En el primero el consumo es una réplica de lo practicado por otros generalmente de un estrato social más alto, se imita y se emula. En el segundo se dan nuevos usos y significados a los alimentos que se consumen. En ambos los nuevos usuarios se apropian del comportamiento de los significados que perciben como suyos.

En Costa Rica, el consumo del café pudo haber sido un acto realizado primero por las élites a principios del siglo XIX, pero al hacerse común el producto debido a la siembra, particularmente en el Valle Central, se filtra hacia los estratos más bajos de la pirámide social.

El consumo del café entre los sectores de populares pudo haber surgido sin ninguna imitación y quizá se volvió más importante para los pobres de lo que era para los ricos debido a que era un estimulante de fácil acceso, y puesto que las ocasiones para ingerirlo, dentro del ritmo diario de alimentos se multiplicaron posteriormente, surgen nuevos usos y significados muy alejados de las prácticas de los privilegiados.

El consumo de café estimuló y a su vez fue parte de los cambios en la “la dieta”. La dieta es una categoría cultural. “La congruencia de los patrones dietéticos y sus sociedades revela la manera en que se sostienen las formas culturales por la actividad constante de los que acarrear esas formas, cuyos comportamientos las actualizan y encarnan”. Es importante considerar, como señala Mintz, que “los cambios radicales en las dietas en los últimos trescientos años se han logrado en gran medida por presiones revolucionarias del procesamiento y el consumo, así como añadiendo nuevos alimentos, en vez de limitarse a reducir los antiguos”<sup>116</sup>.

Los significados son históricamente adquiridos -surgen, crecen, cambian, mueren- y son específicos de la cultura -donde sus significados relevantes son conocidos para los participantes-, así

como arbitrarios porque todos son símbolos. De esta manera el consumo del café puede haber cambiado de significado con el tiempo. Al inicio de su ingesta pudo ser un acto de emulación o simplemente la satisfacción del deseo de adquirir una bebida caliente y estimulante que brinda la energía necesaria para llevar a cabo las labores, luego pasa a formar parte de los ambientes festivos y de las actividades sociales, su significación cambia y servir café significa hospitalidad y la hospitalidad significa el respeto por uno mismo y el respeto por uno mismo es a su vez conocer el lugar que ocupa en el sistema de clases.

El consumo de alimentos en general, constituye una reproducción cultural. Los alimentos se combinan y se preparan en formas específicas, de acuerdo con los códigos culinarios de cada sociedad. De hecho para que la comida tenga un efecto “socialmente integrador en un país [o comunidad] necesariamente deben existir si no una cocina nacional, al menos algunos platillos que hagan sentir al consumidor que forma parte de la comunión culinaria nacional”<sup>117</sup>. Entre los sectores populares costarricenses, el café se sirve en jarro o jícara y posiblemente se combina con platillos particulares: biscochos, tamales, tortillas, etc. Entre la elite, quizá se acompaña de otro tipo de alimentos y es servido en tazas de fina cristalería importada y en mesas cubiertas con manteles de tela. En efecto, según advierte Appudurai, el consumo toma lugar dentro de rituales de sociabilidad - cuando se come y con quien, los utensilios que usa y la etiqueta que sigue. En resumen, la actividad de consumir alimentos no involucra solo la reproducción física, sino también una reproducción cultural. Conocer y usar los códigos sobre la forma de preparar los alimentos y la manera de servirlos e ingerirlos en una determinada sociedad, significa reproducir la etnicidad y su propia identidad como un miembro de esta. Incluso los productos del todo efímeros, como los alimentos ofrecidos en una fiesta, perduran no por ellos sino por las relaciones sociales creadas por ellos, las que a su vez son responsables de la reproducción de bienes comestibles<sup>118</sup>.

En el mismo sentido, Appudurai señala que “lo que caracteriza al consumo de alimentos en un contexto festivo es la transformación -minúscula y muy importante, dependiendo de la naturaleza de la ocasión- que produce en las identidades sociales de los participantes en la transacción involucrada: anfitrión-invitado, alimentador-alimentado. Desde el punto de vista analítico, esta transformación es completamente diferente de cualquier proceso metabólico simultáneo relacionado con los artículos alimenticios.... El consumo no se distingue del intercambio porque aquél contenga una dimensión fisiológica del producto consumido a la identidad personal y social del

consumidor....”<sup>119</sup>

Ningún símbolo tiene vida propia y, aunque carezca de cualquier conexión intrínseca con otros símbolos, puede viajar junto con ellos a lo largo del tiempo, reforzándose mutuamente por las “señales” que crea su presencia. Así como se podrían rastrear los símbolos hasta un pasado en el que no se encuentran asociados el café y el dulce por ejemplo, -al inicio se prepara el café con tapa de dulce- puede también llegar el momento en que sus asociaciones sustantivas se disuelvan o sean invalidadas por uno u otro cambio, como el chocolate y sus significados dejaron de ser un hábito de bebida en Costa Rica y son reemplazados por el café.

Es sin duda importante tener presente en un trabajo como el que se pretende realizar que los cambios en los patrones dietéticos y su consumo no son azarosos o fortuitos, y en esto coinciden las Escuelas que se han analizado aquí, sino consecuencia directa del impulso que se crea en la economía mundial. La producción de café en Costa Rica como producto de exportación, coloca el grano a disponibilidad del público, pero cuando las condiciones varían debido a situaciones internacionales o internamente por el papel y el control de la actividad -en la que intervienen los productores y beneficiadores y el gobierno-, la disponibilidad no es tan frecuente pero la costumbre se arraiga. En otros términos, los factores de producción, comercialización, promoción y distribución del producto son elementos indispensables para conocer la génesis y el desarrollo del consumo del café en el país. Es por ello que creemos como Roche que no se puede oponer la producción y el consumo, la dimensión económica y la distribución social, o como bien lo señala Burguière, la evolución de los comportamientos alimenticios, en este caso el café, no puede analizarse distanciada de la historia económica, la historia social y la historia cultural.

## **LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **OBJETIVOS GENERALES**

Analizar la evolución histórica del consumo del café en el mercado interno costarricense entre 1840 y 1940, con el fin de determinar y comprender por qué, cómo y cuándo surge y se desarrolla la costumbre y explicarse la relación entre el consumo de café y el proceso de construcción del sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Detectar y analizar los factores -endógenos y exógenos- que contribuyeron al establecimiento y arraigo del consumo del café en Costa Rica con el fin de establecer una periodización que permita realizar comparaciones entre los distintos momentos históricos de la difusión y expansión de la costumbre en las diferentes regiones del país y entre los diversos grupos sociales.
2. Detectar las formas de comunicación que se desarrollan y la participación de los diversos grupos mediadores, difusores de la costumbre, para precisar su importancia en la transmisión del hábito de consumir café en el país.
3. Analizar los mecanismos de procesamiento, comercialización y distribución del café para definir su impacto en la expansión del mercado interno de café tostado y molido en el país entre 1840 y 1940.
4. Estudiar la relación entre la oferta y la demanda del café tostado y molido y la participación del aparato estatal y de los círculos vinculados con la producción y exportación de café, para determinar su influencia en el crecimiento y arraigo del hábito entre los costarricenses.
5. Analizar la manera en que el consumo del café se inserta en la esfera privada para determinar las dinámicas sociales que se generan en torno a su consumo e identificar los valores que le atribuyen los diversos grupos sociales al consumo del café para comprender la participación/influencia de su ingesta en el proceso de construcción del sentido de pertenencia compartido de los costarricenses.
6. Analizar cómo y cuándo el consumo de café trasciende a la esfera pública para determinar las dinámicas sociales que se desarrollan en torno a su ingesta e identificar su influencia en la construcción de los procesos del sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses.
7. Determinar la diferencia existente entre la producción y la exportación del café y el consumo de la bebida en el proceso de elaboración de motivos de identidad nacional.

8. Determinar el lugar que ocupa el consumo del café en el conjunto de motivos de identidad que forjan los costarricenses en el proceso de construcción de la nación.

8. Detectar la diferencia existente entre la producción y la exportación de café y el consumo de la bebida en el proceso de elaboración de motivos de identidad nacional costarricense para determinar el lugar que ocupa el consumo del café en el conjunto de catálogos de identidad que forjan los costarricenses en el proceso de construcción de la nación.

### HIPÓTESIS DE TRABAJO

1. El surgimiento y la difusión del consumo del café en Costa Rica no fue un hecho ni homogéneo ni simultáneo en el territorio costarricense, fue el resultado de un lento proceso que está estrechamente relacionado con varios factores: el cultivo del grano en la (las) región (es) -presencia y accesibilidad- la competencia/complementariedad con las bebidas tradicionales -chocolate y agua dulce-, los senderos del transporte del grano y la mediación de diversos grupos sociales -nacionales y extranjeros- en la expansión de la costumbre y el surgimiento de sitios de procesamiento -beneficios-

2. La expansión del mercado interno de café tostado y molido, está relacionado con el mejoramiento técnico y el aumento de la producción, con el surgimiento de molinos y tostadoras (torrefactoras) y otros sitios de expendio del grano tostado y molido, con el empleo de diversas formas de mercadeo del producto -uso de la publicidad- y con el desarrollo de distintos mecanismos de distribución, lo mismo que con el mejoramiento de las técnicas para el procesamiento del grano. Igualmente, la adulteración -café barato para los sectores populares- y las crisis internacionales del café más la legislación, colaboran también con las expansión de la costumbre.

3. El consumo del café en la esfera doméstica simboliza descanso, afecto, amistad, estima, familia, satisfacción, etc, común a todos los grupos sociales. Estos valores, sin embargo, varían de acuerdo a la condición socio-económica de los consumidores. Para 1930, es una bebida obligatoria en los ritmos de alimentación diaria contribuyendo como un elemento, entre otros, en los procesos de construcción del sentido de pertenencia compartido.

4. En el espacio público, el consumo del café fue socialmente diferenciado, heterogeneidad que es deudora de diversos factores: la disponibilidad del producto, su precio, su calidad, las condiciones estructurales y el prestigio del lugar donde se sirve, los sectores sociales que frecuentan esos sitios, la compañía con la que se ingiere la bebida, los utensilios que se emplean, los alimentos que la acompañan, etc. Las cafeterías son un fenómeno urbano y del siglo XX. Algunas son una emulación de la modernidad europea y éstas son visitadas por la élite. Otros establecimientos, donde también se sirve café, son frecuentadas por los sectores populares. En éstos últimos sitios se desarrollan formas de sociabilidad que dan lugar a una versión local de modernidad. En todas ellas se engendran y afianzan, vínculos de identificación y de diferenciación grupal y social.

5. El consumo del café no forma parte del conjunto de signos de identidad que se erigen en el proceso de construcción de la nación costarricense. Por lo menos en el caso de Costa Rica, la nación se define más por su producción -de café- que por su consumo, por lo menos en el periodo comprendido entre 1840 y 1940, la etapa en que se enmarca este trabajo, cuando Costa Rica está en el proceso de ingreso a la economía de mercado y cuando el desarrollo publicitario apenas emprende sus primeros pasos.

## ESTRATEGIA METODOLÓGICA, FUENTES Y SU TRATAMIENTO

### 1. Las fuentes:

Los objetivos planteados y las preguntas propuestas que guían esta investigación, invitan a recurrir a fuentes diversas. De modo que los documentos del Archivo Nacional de Costa Rica de la **Serie Marina y Guerra**, por ejemplo, son útiles para conocer tanto el volumen como la forma en que los miembros de las milicias costarricenses consumen café, en los diversos momentos históricos, a partir de 1840; la **Serie Policía** resulta adecuada para conocer el consumo del café en los diversos centros penales del país, tanto entre los internos como entre los miembros del grupo policial y determinar no solo la cantidad de café que se toma en esos lugares, sino también, la forma como logra convivir con bebidas consideradas tradicionales, especialmente el agua dulce. En la **Serie Fomento**, se detalla con frecuencia, aunque no de manera sistemática, la cantidad de café y de dulce que se ingiere en los diversos campamentos donde se reúnen los trabajadores que laboran en la apertura de

caminos y vías de comunicación, lo cual permite acercarse a la cuantía y a la calidad de café que se toma en esos lugares, lo mismo que realizar análisis comparativo con otras bebidas. En las tres Series es posible determinar “los momentos del café” e intentar descubrir el significado de la costumbre entre estos grupos sociales.

Por otra parte, la **Serie Hacienda** dota de información respecto a los ingresos y egresos del Estado, los productos y materiales que se importan y exportan en el período de 1840 a 1940, e igual detalla los presupuestos semestrales del Gobierno, lo que para efectos de esta investigación daría pautas para conocer los bienes que ingresan para ser usado para el consumo del café, como mesas, vajillas, instrumentos para el procesamiento del grano, etc. Desafortunadamente no se reportan las cantidades de bienes y los destinatarios solo con poca frecuencia, lo que impide tener una idea exacta de los productos y determinar la asiduidad de su uso.

Una de las tareas más difíciles por la falta de confiabilidad en los datos utilizables y su disponibilidad, es construir la curva de consumo interno per cápita de café en Costa Rica, especialmente en el periodo de 1840 y 1930. En este caso, solo muy pocos de los **Censos Industriales** y los **Censos Comerciales**, reúnen detalles sobre el porcentaje de café que se deja para consumo interno. Estas fuentes, sin embargo, son básicas para obtener datos estadísticos sobre la cantidad de café producido -generalmente la cantidad de matas en producción- y la porción de café exportado, lo que permite deducir entonces la cuantía de grano que permanece en el país, sin lograr la exactitud pues hay una importante porción que se adquiere directamente en la parcela, en la finca o en el beneficio que no es reportado y por tanto imposible de medir. No obstante, estas fuentes también aportan noticias sobre la cantidad y ubicación de los molinos de café y de establecimientos donde se ofrece la bebida -cafeterías y hoteles reportados-, entre otras informaciones que resultan elementales para la ejecución del trabajo, lo mismo que cantidades y en ocasiones calidades, de te y chocolate. Luego de la creación del **Instituto de Defensa del Café** a través de la Junta Directiva de la institución, se regula paulatinamente el porcentaje anual del grano que debe quedar para el consumo interno; situación que evidencia la necesidad de consultar las **actas** del organismo citado donde además exponen las razones que conducen a determinar ciertas cifras así como las discusiones que se generan en el seno del grupo. Con estos datos es posible entonces reconstruir series o gráficos indicativos de los patrones de consumo de café entre la población costarricenses y también indagar las circunstancias -coyunturas- que emanan de los argumentos de los encargados de fijar las pautas.

En todo caso, esta información se puede complementar con los datos que aportan los **Anuarios Estadísticos** y las **Memorias de Hacienda** del país que proporcionan una buena cantidad de informaciones numéricas respecto a la producción de diversos artículos y bienes relacionados con la ingesta de café, tanto nacionales como internacionales. En estas fuentes también se reportan con cautela el número de fábricas y molinos de café y en contadas ocasiones, se cuantifica la producción de esas empresas.

Entre tanto, durante las primeras dos décadas del siglo XX diversas personas, se preocupan por detallar en pequeñas guías, los establecimientos comerciales existentes en San José y en las principales cabeceras de provincia, su ubicación y teléfonos, datos que son importantes para esta trabajo en tanto dan cuenta de la existencia de sitios relacionados con la ingesta de café, tanto procesadoras del grano como cafeterías y otros lugares de venta del producto y evidencia las diversas cualidades de los negocios lo que podría dar pistas para conocer el público que lo frecuenta.

En el Instituto de Defensa del Café se guardan las **revistas del Instituto** que constituyen una fuente secundaria de enorme importancia pues reúne artículos relacionados con la siembra y producción del café, el análisis de los suelos, las formas de control de plagas, asuntos relacionados con el procesamiento y exportación del grano, entre otros, pero además los editores se preocupan por publicar estadísticas de producción y venta de café, obras literarias que se refieren al producto, así como recuentos históricos del grano en el país y en ocasiones, también brindan artículos que de manera colateral, aportan pistas sobre su consumo. En resumen, reúne una buena cantidad de información que será de utilidad para el análisis del consumo del café, además, la regularidad y sistematicidad de la publicación es un factor que favorece al investigador pues permite analizar la evolución del grano en diversos aspectos y distintos momentos históricos. En estas revistas se divulgan también **trabajos científicos** concernientes al café, que ayudan a comprender las atribuciones positivas o negativas que se le adjudican a la bebida y cuyos argumentos pueden facilitar o desfavorecer su consumo.

**Los periódicos** editados durante el período, son provechosos pues en sus páginas se encuentran asuntos sobre la vida cotidiana del país, descripciones de reuniones sociales, pero más aún, discusiones sobre las disposiciones gubernamentales en las diferentes épocas, algunas de las cuales hacen referencia, directa o indirecta, al café y a su consumo interno.

También en los periódicos, como en otras publicaciones gremiales, se encuentran **anuncios**

**comerciales** que dan indicios no solo sobre la oferta de café en el país, en las diversas regiones, sino también respecto al precio y a la calidad del café molido y/o tostado que se ofrece, asuntos de indiscutible importancia para efectos de esta investigación. Hay publicidad sobre cafeterías, restaurantes y fondas, que aporta además de la ubicación geográfica del sitio, la clientela que reciben -según su condición socio-económica- y la importancia que se le atribuye al café como bebida en esos lugares.

**Las pinturas y serigrafías** referentes a cafeterías o consumo de café son también importantes pues revelan las particularidades del proceso más allá del lenguaje verbal. Algunas logran capturar con extrema profundidad, la actividad que se realiza en los denominados “cafés” por ejemplo en las primeras décadas del siglo XX, su análisis permite escudriñar el devenir de esos sitios. **Las fotografías**, cuando las hay, son también informantes de la movilidad que se lleva a cabo en torno a la ingesta de café, tanto en los espacios públicos como privados.

La **literatura costumbrista y las autobiografías**, que en gran medida se interesan por evidenciar la cotidianidad que vive el autor, resulta de gran utilidad para esta investigación pues describe, en la mayoría de los casos con extenso detalle, la forma de vida de los pobladores y los diversos grupos sociales. De esa manera se conoce además de las formas del lenguaje que se usa, la manera como se establecen y desarrollan las relaciones sociales que se crean y recrean en reuniones familiares y/o comunales -rezos, novenarios, entierros, bautizos, matrimonios, fiestas de Santos Patronos- y en diversos lugares -pulperías, restaurantes, sodas, cafeterías, etc.-. De este modo, es una fuente indispensable para acercarse a la dimensión simbólica del consumo del café.

De igual manera, **los relatos de viajeros** son necesarios para dilucidar la cotidianidad de los costarricenses, especialmente entre 1840 y 1927, período durante el cual algunos de los extranjeros que llegaron al país, describen detalladamente en cartas y reportes, sus impresiones de los pobladores de la Costa Rica de entonces, sus costumbre y sus formas de vida. Sus referencias a la ingesta de comidas y a los ritmos alimenticios de los distintos grupos sociales, son de gran beneficio para la tarea que se pretende emprender e igualmente para aproximarse a la vida cotidiana de los costarricenses.

Entre tanto, **las leyes y los reglamentos** referidos al café, resultan fuentes fundamentales pues se imprimen en ellas, entre otras cosas, las condiciones del café para el mercado interno, las cantidades y calidades que deben quedar en el país e igualmente se consignan las penas y castigos que se aplican a los eventuales infractores de las reglas. Las discusiones legislativas en torno a estas

25432  
11 MAR 2016

normativas durante su proceso de conformación, son útiles para conocer las razones que conducen a los congresistas o encargados, a tomar las decisiones que finalmente se establecen.

Por su parte, los **menús** de los restaurantes, sodas, cafeterías y fondas, muestran que se ofrece a los clientes en tiempos pasados, igual que los precios de los alimentos por porciones, lo que ayuda a conocer cuanto debía invertirse en una taza de café y al menos, cuánto costaba la visita a estos espacios públicos donde se establecen relaciones de sociabilidad. **Los libros de recetas de cocina**, particularmente los editados al final del siglo XIX y principios del XX, dan cuenta del uso del café en diversas preparaciones alimenticias y la importancia que se le da al producto en la dieta de los costarricenses.

La **historia oral** no se puede descartar aunque se reconocen sus limitaciones -las operaciones de la memoria pueden afectar lo que se recuerda, lo mismo que las representaciones mediatizadas de los anteriores formas de vida, etc.-. No cabe duda de que ayudan, igual que las autobiografías y los diarios, a recuperar la textura de la vida cotidiana de los individuos y ofrecen caminos para el análisis de los cambiantes modelos de representación de la identidad.

## 2. Opciones metodológicas

La estrategia metodológica que se propone aquí es diversa, pues se trata de un tema que requiere ser abordado desde tres perspectivas básicas: la historia económica, la historia social y la historia cultural. Esta trilogía integrada, obliga a recurrir al análisis comparativo, como también acercarse al análisis cuantitativo y al método descriptivo para dar como resultado un producto final que busca dilucidar cuándo, por qué y cómo surge y se desarrolla el consumo del café tostado y molido en el mercado interno para comprender la relación entre consumo de café y sociabilidad y establecer su contribución en el proceso de homogeneidad socio-cultural en Costa Rica de 1840 a 1940.

El método cuantitativo permite el análisis de datos numéricos y fuentes estadísticas diversas. Los datos sobre producción cafetalera, arrojados por las fuentes estadísticas: anuarios, memorias y censos deberán ser clasificados por año, cantidad producida, porcentaje que se mantiene para el consumo nacional -que surge de la información contenida en las actas del ICAFE y en la legislación-, población y finalmente cantidad que se consume en el país per cápita anual, que se deriva de la división entre el porcentaje de café para consumo nacional y la población.

Con estos detalles es posible entonces confeccionar gráficos y cuadros que permitan visualizar

e interpretar el comportamiento del consumo per cápita de café por año en el país. El análisis cuantitativo, no obstante, constituye solo el apoyo para el análisis cualitativo, la interpretación de los datos numéricos según el contexto y la coyuntura en la que se producen.

Al pretender rescatar el quehacer diario, el transcurrir habitual de la gente común, perfilar sus relaciones a través de la ingesta de una bebida que se convierte en tradicional como es el café, obliga al historiador a trabajar sobre períodos amplios, buscando las duraciones, rupturas y variaciones de su imaginario. Para lograr la tarea de incursionar en un espacio de tiempo tan extenso, es preciso establecer periodizaciones para luego realizar comparaciones, por ello se propone aquí en primer término, realizar un análisis comparativo.

Dicho acercamiento deberá aplicarse tanto al tiempo como al espacio y eventualmente, a otras regiones centroamericanas y latinoamericanas cuando la información, evidentemente escasa, se encuentre disponible.

La posibilidad de establecer características comunes en ciertos momentos históricos obsequia la opción de cotejar las distintas situaciones que se presentan en la evolución del proceso y determinar las similitudes y diferencias de las etapas que se estudian, lo cual colabora en la búsqueda de la explicación del cuándo y el por qué surge y se desarrolla en Costa Rica la costumbre de ingerir café y que tanto ayuda en el proceso de identificación socio-cultural.

Igualmente, el análisis comparativo resulta indispensable para explicar la forma como se inicia y desarrolla el consumo del café en las distintas regiones del país lo mismo que determinar el momento en que se expande en los espacios públicos y en la dimensión doméstica.

Además, resulta indispensable el análisis de los avisos comerciales, que se publican en los medios de comunicación de la época, lo mismo que de las pinturas, serigrafías y fotografías. En ellos se evidencian las particularidades del sitio donde se ofrece la bebida y en ocasiones, la actividad que allí se realiza y los visitantes que la frecuentan. También es posible determinar en ellos la calidad del producto, el público al que se dirige, las características del lugar, etc. En una palabra, ayuda a dilucidar la dimensión simbólica de la ingesta.

El método descriptivo resulta también importante en tanto permite hacer tipologías y clasificaciones de procedimientos de torrefacción y de formas de procesamiento, igual que de las prácticas de mercadeo y publicidad que se llevan a cabo y que a la postre son importantes para la difusión de la bebida en el país.

## CITAS

1. Sin pretender ser exhaustivos, se destacan los trabajos siguientes: González Viquez, Cleto. "Quien trajo el café a Costa Rica?". En: *Revista del Instituto de Defensa del café*, No. 18, Instituto de Defensa del Café, 1936, pp. 363-366. Stone, Samuel. *Los cafetaleros*. Lecturas Complementarias, Cátedra de Historia de las Instituciones de Costa Rica, Universidad de Costa Rica, 1976. Echeverría Morales, Guillermo. "Breve historia del café, cómo llegó a Costa Rica". San José, 1972. Molina, Iván. *Costa Rica (1800-1850) El legado colonial y la génesis del capitalismo*. San José: EDUCA, 1991, p. 240. Hall, Carolyn. *El café y el desarrollo histórico-geográfico de Costa Rica*. San José: Editorial Costa Rica, 1982. Acuña, Víctor Hugo y Molina, Iván. *Historia económica y social de Costa Rica (1750-1950)*. San José: Editorial Porvenir, 1991. Samper, Mario. "Los productores directos en el siglo del café". En: *Revista de Historia*. Heredia, (Costa Rica). No. 7 (1978). Pp. 123-217. *Ibid.*, "¿Agricultor o jornalero?" algunos problemas de historia social agraria. En: *Revista de Historia*. Heredia (Costa Rica), s.n. (s.f.), pp. 1-49. Peters, Gertrud. "La formación territorial de las fincas grandes de café en la Meseta Central: estudio de la firma Tournón (1877-1955)". En: *Revista de Historia*. Heredia (Costa Rica), Nos. 9-10 (enero-diciembre de 1980), pp. 81-167. Arguedas, Ana y Ramírez, Marta. *Contribución al estudio de empresas: el caso de Julio Sánchez Lépez (1862-1934)*. San José, Universidad Nacional, Tesis de Grado, 1985. Quesada, Rodrigo. *La Costa Rica Coffee Estates Limited: breve historia de un fracaso. 1897-1914*. Heredia, mimeografiado, 1986. Gudmundson, Lowell. *Costa Rica before coffee: society and economy on the eve of agro-export expansion*. Minnesota, Universidad de Minnesota, Tesis de Doctorado, 1982. *Ibid.*, "La Costa Rica cafetalera en contexto comparado". En: *Revista de Historia*. San José (Costa Rica), No. 14 (julio-diciembre de 1986), pp. 11-52. Cardoso, Ciro. "La formación de la hacienda cafetalera en Costa Rica (siglo XIX)". En: *Avances de investigación*. Proyecto de historia social y económica de Costa Rica. 1821-1945. San José (Costa Rica) No. 4, 1976. Baires, Yolanda. *Las transacciones inmobiliarias en el Valle Central y la expansión cafetalera en Costa Rica (1800-1850)*. San José, Universidad de Costa Rica, Tesis de grado, 1975. Castro, Silvia y Pineda, Miriam. *Una visión de la economía del café en San Ramón a través de una empresa cafetalera: 1900-1935*. San José, mimeografiado, 1986. Rodríguez, Eugenia. *estructura crediticia, coyuntura económica y transición al capitalismo agrario en el Valle Central de Costa Rica (1850-1860)*. San José, Universidad de Costa Rica, Tesis de Maestría en Historia, 1988.
2. Biesanz, John y Biesanz, Mavis. *La vida en Costa Rica*. San José. Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, 1975, pp. 231-233.
3. ICAFE: *Informe sobre la actividad cafetalera de Costa Rica*. San José: Instituto Costarricense del Café, 1999, p. 30.
4. Bunett analiza de 1650 a 1990, Kisbán de 1500 a 1900, Essemeyr de 1750 a 1970, Gonzales de 1700 a 1800, Fenton los siglos XVII al XIX, Jiménez de 1830 a 1930, Orlove y Bauer de 1870 a 1930 y Castellero de los siglos XVIII al XX.
5. Mintz, Sidney. *Dulzura y poder*. México: siglo XXI, 1996, p. 40.
6. Appadurai, Arjun, *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Grijalbo, 1986, p.2.
7. Brewer, John y Porter, Roy. "Introduction". In: *Consumption and the World of Goods*. Ed. John Brewer & Roy Porter. London: Routledge, 1994, p. 1.
8. Bauer, Arnold. "La cultura material". En: *Para una historia de América. Las estructuras*. México, Fondo de Cultura Económica, 19..., p. 404.
9. *Ibid.*, p. 405.
10. Pitte, Jean- Robert. *Gastronomie française*. París: Fayard, París, 1991. Rowley, Anthony. *A table! La fête gastronomique*. París: Gallimard, París, 1994. Flandrin, Jean-Louis. *Histoire de l'alimentation*. París: Fayard, 1996.
11. Nos referimos fundamentalmente a Mennel, Stephen. *All Manners of Food*. USA: Illini Books, 1996. Warde, Alan y Martens, Lydia. *Eating Out. Social Differentiation, consumption and Pleasure*. United Kingdom: Cambridge University Press, 2000.

12. Loc., cit.

13. Mintz, Sidney. *Tasting food, tasting freedom. Excursions into Eating, Culture, and the Past*. USA: Beacon Press, 1996, pp. 3-8.

14. Needell, Jeffrey D. *A Tropical Belle Epoque: Elite Culture and Society in Turn-of-the-century Rio de Janeiro*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

15. Orlove, Benajmín ed. *The allure of the foreign: imported goods in post colonial Latin America*. The University of Michigan Press, 1997, pp.1-29.

16. Ibid., p. 9.

17. Loc., cit.

18. 1930, ca. Como preparar un buen café. Comisión Nacional del Café, México: Comisión Nacional del Café. - JSM-c 1965 Bro. 1873. Moreira, Nicolau Joaquim. Brees considerações sobre a historia e cultura do cafeeiro e consumo de seu producto. Rio de Janeiro: Typographia do Imperial Instituto Artistico. JSM-C 558 Bro Marques, Samira Aoun. *O consumo de cafe no Brasil, 1960-1981* / Samira Aoun Marques. Sao Paulo : Governo do Estado de Sao Paulo, Secretaria da Agricultura, Instituto de Economia Agrícola, 1987.

19. Nos referimos básicamente al trabajo de Orlove, Benjamín y Bauer, Arnold. "Chile in the Belle Epoque: Primitive Producers, Civilized Consumers". En: *The allure of the Foreign. Imported Goods in Postcolonial Latin America*. Benjamín Orlove, ed. Michigan: The University of Michigan Press, 1997. Pp. 113-149.

20. Lo único que se conoce es el libro de Castellero Calvo, Alfredo. *El café en Panamá Siglos XVIII y XX*. Panamá: Ediciones Nari, 1985.

21. Sobre este asunto véanse los artículos de Vega, Milena. "Cambios generales en los patrones de consumo de los costarricenses (1980-1997): primera aproximación" En: *Contribuciones*. Instituto de Investigaciones Sociales, No. 32, julio, 1998. Ibid. "Propuesta teórica para el estudio de los estilos de vida en la Costa Rica contemporánea". En: *Contribuciones*. Instituto de Investigaciones Sociales, No. 31, 1997. Algunos son trabajos que he efectuado: "From Benches Of Sofás: Diversification Of Patterns Of Consumption in San José (1857-1861)" In: *The Allure Of the Foreign*. Michigan: The University Of Michigan Prez. Pp. 67-92, 1997. Ibid. The world Of the consuption in San José (1866-1892). In. *Material Culture, Life Styles, and Consumption in the Iberian World, 16th-19th Centuries*. University Of Delaware, Estados Unidos, abril, 1996. (In prez). Ibid. "La diversificación de los patrones de consumo en San José (1857-1861)". En: *Héroes al gusto y libros de moda*, San José: Editorial Porvenir, 1992. "La diversificación de los patrones de consumo en San José (1857-1861)". En: *Revista de Historia*, Heredia (Costa Rica) No.24 (Julio-Diciembre 1991) pp. 53-88, 1991.

22. Nos referimos básicamente a los trabajos de Jiménez, Michael. "De la plantación a la taza de café: café y capitalismo en los Estados Unidos, 1830-1930". En: *Innovar*, revista de Ciencias Administrativas y Sociales. No. 6. Julio-Diciembre, 1995, pp. 149-165. También se ha considerado el trabajo de Gonzales Tascon, Ignazio. "The coffee innovation culture versus the chocolate tradition during the eighteenth and nineteenth centuries. In: *Coffee in the Context of European Drinking Habits*. Zürich: Johann Jacobs Museum, 1991, pp. 145-152. Tambien resultan fundamentales los análisis de Burnett, John. "Coffee in the British diet, 1650-1900" En: *Coffee in the Context of European Drinking Habits*. Zürich: Johann Jacobs Museum, 1991, pp. 35-53; el de Fenton, Alexander. "Coffee drinking in Scotland en the 17th-19th centuries. In: *Coffee in the Context of European Drinking Habits*. Zürich: Johann Jacobs Museum, 1991, pp. 93-103; lo mismo que Kisbán, Eszter. "Coffee in Hugary: Its advent and integration into the hierarchy of meals". En *Coffee in the Contexto of European Drinking Habits*. Zürich: Johann Jacobs Museum, 1991, pp. 69-82 y Essemuyr, Mats. "Prohibition and diffusion. Coffee and coffee drinking in Sweden 1750-1970". En: *Coffee in the Context of European Drinking Habits*. Zürich: Johann Jacobs Museum, 1991, pp. 83-102.

23. Braudel, Fernand. *Civilización material, economía y capitalismo. siglos XV-XVIII. 1. Las estructuras de lo cotidiano*. Madrid: Alianza Editorial, 1984, pp. 188-285. *Ibid.*, *Bebidas excitantes*. París: Alianza 100, 1979, pp. 49-57.
24. Wolf, Eric. *Europa y la gente sin historia*. México: Fondo de Cultura Económica, 1987, pp. 402-427.
25. Burnett, op., cit., p. 35. La traducción es nuestra.
26. *Ibid.*, p. 43.
27. Kisbán, op., cit., p. 69.
28. *Ibid.*, p. 70.
29. Essemyr., op., cit., p. 83.
30. Fenton, op., cit.
31. *Ibid.*, p. 93.
32. Gonzales Tascon, Ignacio, op., cit.
33. Schivelbusch, Wolfgang. *Tastes of Paradise. A Social History of Spices, Stimulants, and Intoxicants*. New York: Vintage Books, 1993. (La primera edición fue realizada en 1941).
34. *Ibid.*, p. 38.
35. *Ibid.*, p. 57.
36. *Ibid.*, p. 63.
37. *Loc.*, cit.
38. El Dr. Jiménez es Ph. D. en Historia de la Universidad de Harvard y docente en el Departamento de Historia de la Universidad de Pittsburgh
39. Jiménez, Michael, op., cit., p. 150.
40. *Ibid.*, p. 161.
41. Orlove y Bauer., op., cit., p. 115.
42. *Ibid.*, p. 122.
43. *Ibid.*, p. 134.
44. *Ibid.*, p. 135.
45. Orlove y Bauer., op., cit., p. 146.
46. Castellero., op., cit., p. 15.
47. *Ibid.*, p. 16.

48. Ibid., p. 15.
49. Sánchez Díaz, Gerardo. "La costumbre de tomar café". En: Romero, Matías. *El café de Urupan*. México: Morevallado Editores, 1999.
50. Sobre el desarrollo de los estimulantes en Europa, véase: Wolf, Eric, op., cit., pp. 402-427.
51. John Brewer. "Studying contemporary consumption: What can we learn from the early modern era". Ponencia. Florencia. Sf.
52. Sobre la participación de la publicidad en Europa, véase: Cranfield, Goffrey Alan. *The press an society*. Great Britain: Longman Group Limited, 1978, p.105-230. Popkin, Jeremy. *Revolutionary News. The Press in France (1798-1799)*. Duke: Duke University Press, 1990.
53. Jiménez., op., cit., p. 151.
54. Ukers, William. *All About Coffee*. New York: The Tea and Coffee Trade Journal Company, 1935.
55. Pendergrast, Mark. *Uncommon Grounds. The History of Coffee and How It Transformed Our World*. New York, Basic books, 1999.
56. Bersten, Ian. *Coffee, Sex & Health. A history of anti-coffee crusaders and sexual hysteria*. Sydney: Hean Books, 1999, p. 116.
57. Pendergrast, op., cit., p. 212.
58. Brewer y Porter., op., cit., p.3.
59. Orlove y Bauer., op., cit., p. 15.
60. Slater, op., cit., pp. 132-133. Es interesante el planteamiento de Hobsbawm sobre tradiciones inventadas. Considera que son un "conjunto de prácticas recogidas normalmente por reglas manifiestas o aceptadas tácitamente y de naturaleza ritual o simbólica, que buscan inculcar ciertos valores y normas de comportamiento por medio de la repetición , lo que implica de manera automática una continuidad con el pasado" Hobsbawm, Eric. "Inventando tradiciones". En: *Historias*, 19 (octubre, marzo 1988), pp. 13-16.
61. Nos referimos básicamente a Burnett,op., cit., p. 41, Essemyr, op., cit., p. 85, Kisbán, op., cit., p. 81, Fenton, op., cit., p. 96, Orlove y Bauer., op., cit., p. 132, Castellero, op., cit., p. 21.
62. Bunett analiza de 1650 a 1990, Kisbán de 1500 a 1900, Essemyr de 1750 a 1970, Gonzales de 1700 a 1800, Fenton los siglos XVII al XIX, Jiménez de 1830 a 1930, Orlove y Bauer de 1870 a 1930 y Castellero de los siglos XVIII al XX.
63. Orlove y Bauer., op., cit.
64. Burnett., op., cit., p. 145.
65. Orlove y Bauer., op., cit., p. 115.
66. Essemyr., op., cit., p. 84.
67. Tradicionales en tanto son frecuentemente usadas por los historiadores.
68. La mayoría de los estudios ubican los inicios en el siglo XVI y acaban en el siglo XIX.

69. Miller, Daniel. *Material Culture and Mass Consumption*. Great Britain: TJ Press (Padstow) Ltd., 1987, p. 134. Agradezco al Dr. Peter Kriedte del Max-Planck-Institut de Gottingen, la ayuda para la consecución de este libro.
70. Nos referimos básicamente a dos obras, Braudel, *civilización material, economía y capitalismo (siglos XV-XVII)*. Vol. 2: *Los juegos del intercambio*, Madrid: Alianza, 1984.
71. Le Goff, Jacques, Chartier, Roger, Revel, Jacques. *Diccionario del saber moderno*. La Nueva Historia. España: Mensajer, s.f., p. 122.
72. *Ibid.*, p. 124.
73. Roche, Daniel. *Histoire des choses banales. Nisance de la consommation XVII-XIX siècle*. París: Fayard, 1994, p. 13.
74. Las primeras encuestas publicadas con el nombre de "Historia de la alimentación" en los *Annales*, se editaron a finales de los años 50 y tenían por objeto reconstituir una historia del consumo y dibujaron a largo plazo una curva contrastada del consumo popular, reflejo indirecto de las fluctuaciones económicas y demográficas. La encuesta se tituló "Vida Material y comportamiento biológico". Para un análisis pormenorizado véase Le Goff, et., al., pp. 46-49.
75. *Ibid.*, p. 48.
76. Revel, Jacques. *Alimentación*. En: Le Goff, Jacques, et., al., p. 23.
77. *Ibid.*, p. 24.
78. Roche, op., cit., p. 13.
79. Appudurai, op., cit., p. 54. Se le critica a Braudel el considerar las sociedades que analiza como inmutables, que se evidencia sobre todo al llamarlas civilizaciones tradicionales, esta visión proviene en parte de la dificultad de percibir una sociedad que le es poco familiar en su grado de diferenciación que es tan importante apreciando las sutilezas de los modelos de consumo en su propia sociedad. Millet., op., cit., p. 135. A nivel de detalle, en su libro "Las estructuras de la vida diaria" Fernand Braudel deshecha las sugerencias de Werner Sombart de que existe una estrecha relación entre los patrones voraces de consumo en la vida cortesana de la era moderna temprana y el crecimiento de la producción capitalista. La idea de que los negocios y el mercado pueden haber sido engendrados para llenar esta demanda no es desde el punto de vista del pensamiento de Braudel digno de consideración. La sumptuosidad de la corte es una aberración cultural para Braudel, no una parte esencial de la economía capitalista emergente como lo plantea Sombart. Para profundizar en esta discusión véase Chandra Mukerji. "Leyendo y escribiendo con la naturaleza: un abordaje materialista a los jardines formales franceses". En: Brewer y Potter, op., cit., pp. 439-440.
80. Mennell, Stephen. *All Manners of Food. Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*. USA: University of Illinois Press, 1996, pp. 6-7.
81. Elias, Norbert. *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. México: Fondo de Cultura Económica, 1994, pp. 496-497.
82. En 1982 sale a la luz la obra que da origen a esta área en Inglaterra. Brewer, J., MacKendrick, N., Pumb, J.H., *The birth of a consumer society the commercialization of eighteenth century England*. England: 1982.
83. Brewer y Porter, op., cit., p. 3.
84. *Loc.*, cit. La traducción es nuestra.
85. Mintz, Sidney. *Tasting food, tasting freedom. Excursions into Eating, Culture, and the Past*. USA: Beacon Press, 1996, p. 5.

86. Mintz, Sidney. *Sweetness and Power*. New York: Viking Penguin Ind., 1985.
87. Mintz, Sidney. Autor's Rejoinder. Pp. 171-197., p. 184.
- 88.. Ibid., p. 12.
89. Daniel A. Baugh. British sugar: consumption in historical context. *Food and Foodways*. Vol. 2, pp. 113-119.
90. Günther Lottes. Sidney Mintz on sugar, or, how anglo-saxon is world history? Pp. 121-129, p. 127.
91. William Roseberry. "An anthropology of modern life. Pp. 121-140, p. 121.
92. Agnew, Jean-Christophe. "Coming up for air: consumer culture in historical perspective". En: Brewer y Porter, op., cit., pp. 22-23.
93. Roche, Daniel. *Histoire des choses banales. Nisance de la consommation XVII-XIX siècle*. París: Fayard, 1994, p. 10.
94. Ibid., p. 10.
95. Ibid., p. 14. El subrayado es nuestro.
96. Ibid., p. 15.
97. Millet, op., cit., p. 15.
98. Le Goff, et., al., pp.45-46.
99. Ibid., p. 49.
100. Slater, Don. *Consumer Culture & Modernity*. Great Britain: Polity Press, 1997, p. 5.
- 101.. La demanda tiene relación con el "deseo" (cuya naturaleza parece ser infinita y transcultural) y por la otra, la necesidad (cuya naturaleza parece ser fija). Appadurai, Arjun. *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Grijalbo, 1991., pp. 46-47.
102. Slater, op., cit., pp. 4-5.
103. Norbert Elías advierte que el consumo como elemento de distinción y de identificación grupal está presente en el período del antiguo régimen francés, señala: "el consumo de status es dominante "ya sólo la simple seguridad de la actual posición social de una familia y, más aún, el aumento de la importancia y del éxito sociales está subordinado a que uno haga depender los costos de su economía doméstica, de su consumo y, en general, sus egresos, en primer lugar, del rango social, del status o prestigio que uno posee o al que aspira. quien no puede comportarse de acuerdo con su rango, pierde el respeto de su sociedad..."Elías, Norbert. *La sociedad cortesana*. México: Fondo de Cultura Económica, México, 1982, p. 92.
104. García Canclini, Néstor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo, 1995, pp.42-43.
105. Ibid., p. 45. En este mismo sentido, Jesús Martín Barbero advierte que el consumo son: "esas prácticas socioculturales que configuran formas de reconocerse y de satisfacer necesidades, rituales de distinción y modos de comunicación, pues en el consumir no sólo derrochamos y exhibimos, nos alineamos y sometemos, sino también reelaboramos el sentido de lo social, redefinimos la significación de lo público al publicar lo que creemos socialmente valioso, rehacemos lo que percibimos como propio, nos integramos y nos diferenciamos.". Martín Barbero, Jesús.

*Comunicación fin de siglo ¿Para dónde va nuestra investigación?*  
<http://www.geocities.com/CapitolHill/Congress/3768/investigacion/com/JMB.htm>

106. García Canclini, op., cit., p. 45.

107. García Canclini., op., cit., p. 19.

108. Appadurai, op., cit., p. 146. La identidad, aseguran Berger y Luckmann, "se forma por procesos sociales. Una vez que cristaliza, es mantenida, modificada o aun reformada por las relaciones sociales..." Berger, Peter L. Y Luckmann, Thomas. *La construcción social de la realidad*. Argentina: Amarrourtu editores, 1998, p. 216. Pero más allá, Stuart Hall manifiesta que la identidad es siempre una representación estructurada que logra su positivo solo a través del estrecho ojo de lo negativo. Hall, Stuart. "The local and the Global: Globalization and Ethnicity". In: *Dangerous Liaisons. Gender, Nation, & Postcolonial Perspectives*. McClintock, Anne, Mufti, Aamir, Shohat, Ella ed. USA: University of Minnesota Press, 1998.p. 174. En el mismo sentido, Minh-ha dice que tratar la cuestión de la identidad es reabrir la discusión sobre las relaciones entre el yo y el otro y en el campo de las relaciones de poder. Así, la identidad entendida en el contexto de una cierta ideología de dominación, es una noción que se asienta sobre el concepto de una esencia, de un centro auténtico que permanece oculto para la conciencia del yo y que requiere de la eliminación de todo lo que considera foráneo o no verdad para el ego, que es para decirlo en una palabra, el no yo, el otro. Es un concepto donde el otro es siempre inevitablemente el opuesto para uno mismo o sometido al dominio de uno mismo. Para Eric Hobsbawm, la identidad colectiva, los grupos de identidad y la política de identidad es lo mismo e igual que Minh-ha advierte que las identidades colectivas se definen negativamente, es decir frente a otros. "Nosotros" nos reconocemos como "nosotros" porque somos diferentes de "ellos". Pero, las identidades no son fijas, por el contrario, las personas combinan identidades que a su vez cambian de manera constante. Las identidades son entonces una definición del "nosotros" con respecto a "ellos", a los "otros" Hobsbawm, Eric. "La política de la identidad de la izquierda". En *Nexos*, 24 (agosto 1996), pp. 41-47, pp. 42-43. Para dar paso a los que Bourdieu llama el origen de las exclusiones ("eso no es para nosotros") y de las inclusiones. Bourdieu, Pierre. *La distinción*. Madrid: Taurus, 1979, p. 489.

109. Sunkel y Catalán., op., cit., p. 174.

110. Slater, op., cit., p. 148.

111. García Canclini, op., cit., p. 45.

112. Loc., cit.

113. Douglas, Mary and Isherwood, B. *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. Penguin: Harmondsworth, 1979.

114. Ibid.

115. Slater, op., cit., p. 151.

116. Mintz, op., cit., p. 40.

117. Bauer, op., cit., p. 487.

118. Appadurai, op., cit., pp. 145-146.

119. Ibid., p. 146.

---

## CAPÍTULO 1

### SURGIMIENTO Y DIFUSIÓN DEL CONSUMO DEL CAFÉ EN COSTA RICA (1840-1900)

#### INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el café es una bebida de indiscutible presencia en los espacios públicos y privados, en las regiones urbanas y rurales y es consumida con extrema profusión por los diversos sectores que conforman la sociedad costarricense; sin duda la ingesta muestra una tendencia decididamente ascendente. Desde 1988, Costa Rica ocupa el primer lugar como país consumidor de café per cápita en América Central<sup>1</sup> y para 1997 se ingieren 4 328 kilogramos en el país colocándose en el segundo lugar luego de Brasil según la Organización Internacional del café<sup>2</sup>. Más aun, de acuerdo con la cámara de torrefactores de Costa Rica, el consumo alcanza para 1999, 8 kilos por persona de café al año, continuando en el segundo lugar en América Latina<sup>3</sup>. El proceso a través del cual el café logra esta posición de privilegio no es sencillo. Se debió, por una parte, desarrollar el gusto por el café en una población familiarizada con el chocolate y el aguadulce y además esperar a que la costumbre se afirmara entre la población existente en las diversas regiones del país y penetrar en los distintos sectores sociales hasta convertirse en la bebida soberana. La expansión del consumo es favorecida, entre otros factores, por la propagación de la siembra del fruto. A partir de 1820, el grano se cultiva cada vez con mayor frecuencia con el objetivo de destinar la mayor parte de lo recolectado a la exportación y en un lapso que no supera las dos décadas se convierte, en la base de la riqueza nacional hasta avanzado el siglo XX.

En todo caso, el establecimiento y arraigo del consumo de café en Costa Rica es el resultado de múltiples elementos que se conjugan. El objetivo de este capítulo es indagarlos y discernirlos. Concretamente se propone detectar y analizar los factores -endógenos y exógenos- que contribuyeron al establecimiento y arraigo del consumo del café en Costa Rica con el fin de establecer una periodización que permita realizar comparaciones entre los distintos momentos históricos de la difusión y expansión de la costumbre en las diferentes regiones del país y entre los diversos grupos sociales. También se considera indispensable, detectar las formas de comunicación que se desarrollan y la participación de los diversos grupos mediadores, difusores de la costumbre, para precisar su importancia en la transmisión del hábito de consumir café en el país.

Básicamente nos interesa aproximarnos a la respuesta de las siguientes interrogantes: ¿Cuáles fueron los factores que contribuyeron al surgimiento y difusión del consumo interno de café tostado y molido en el período comprendido entre 1840 y 1940?, ¿Cómo se difundió el consumo de café en las distintas regiones del país? Y ¿Cuál fue la evolución del consumo interno de café tostado y molido en ese período? Consideramos la hipótesis de que el surgimiento y difusión del consumo de café en Costa Rica no parece haber sido un hecho homogéneo ni simultáneo en el territorio costarricense, por el contrario, es el resultado de un lento proceso que está estrechamente relacionado con varios factores: el cultivo del grano en la (las) región (es) -presencia y accesibilidad-, la competencia/complementariedad de bebidas tradicionales, los senderos del transporte del café y la contribución de diversos grupos sociales -nacionales y extranjeros- en la expansión de la costumbre; el surgimiento de sitios de procesamiento -beneficios-.

Las fuentes a las que se recurre para intentar responder a los problemas expuestos y a los objetivos propuestos así como verificar nuestras hipótesis, son variadas, algunas utilizadas tradicionalmente por los historiadores, otras que resultan útiles aunque su uso no es tan frecuente. Dentro de las primeras, se usan los censos cafetaleros que arrojan datos estadísticos de gran valor sobre la ubicación geográfica de los beneficios y fincas cafetaleras, pero desafortunadamente no hay estudios de este tipo sino hasta después de 1935. Además se acude a las cartas y relatos de viajeros, los cuales se aproximan con mucha propiedad a la vida cotidiana de la Costa Rica del siglo XIX y principios del presente<sup>4</sup>; las crónicas escritas por costarricenses<sup>5</sup> resultan de gran utilidad pues rememoran la cotidianidad que les tocó vivir. También son de ayuda los textos de escritores costumbristas<sup>6</sup>, poco usados por los historiadores que aunque se trata de invenciones del autor, dibujan con magistral elocuencia el devenir del costarricense. Paralelamente, se escudriñan los avisos comerciales y la publicidad que se divulga en los periódicos de 1833 a 1940. Se apela a los anuncios con el objetivo de divisar asuntos relacionados con la ingesta de café, oportunidades de acceso y distribución del consumo del café en el área capitalina y en el territorio nacional.

Básicos resultan los documentos del Archivo Nacional, particularmente las series Gobernación y Fomento que contiene listas, aunque no sistemáticas, de los víveres que les proporcionaban a los grupos de trabajadores que se encargaban de la apertura de caminos en diversas regiones del territorio costarricense. Desafortunadamente no hay registros para todos los años de nuestro interés, pero si se cuenta con informes detallados conteniendo datos sobre el número de operarios, la cantidad de

alimentos que consumen diariamente y fechas específicas del envío de comestibles para algunos periodos.

## LOS INICIOS DEL CONSUMO: UN PRODUCTO EXÓTICO

La siembra del producto es un factor decisivo en el inicio, desarrollo y consolidación del consumo del café en el territorio costarricense. Aunque la discusión historiográfica en torno al momento en el cual surge el cultivo aun está inconclusa, las primeras dos décadas del siglo XIX fueron testigos del comienzo y expansión del plantío en el Valle Central. La presencia del grano, cada vez más frecuente, indica que el consumo también principia en la región donde se produce.

Sin embargo, aun antes de que se evidencie la existencia masiva de sembradíos de café, algunos sectores de la población consumen esporádicamente, cantidades pequeñas del grano que o cultivan en sus parcelas o “importan”. Tan temprano como en 1781, la señora María Fuentes, le solicita al comerciante panameño Agustín de Gana, cuatro molinos para moler café, instrumentos que ella usa o para procesar el grano que adquiere vía Panamá, o para moler el que consigue de sus terrenos o de producciones vecinas; quizá ella, podría comercializar las máquinas en la comunidad donde también son empleadas para satisfacer la demanda doméstica del café,<sup>7</sup> o tal vez los artefactos se emplean para el procesamiento de otros productos como el maíz, por ejemplo.

Una década más tarde, el Gobernador de Costa Rica en ese momento, José Vázquez y Tellez, recibe dos libras de café ¿en semilla?<sup>8</sup> como parte del encargo propuesto al mismo mercader con el que tranzó la señora Fuentes. El sustituto de Vázquez de Tellez, el Gobernador Tomás de Acosta, en 1808, acusa recibo de “...las 6 libras de café y daga del capitan Mosco Bingiman a quien dava ud. gracias por el café, y dira que se le compondra la daga como solicita...”<sup>9</sup> Ocho años después, muere el padre Félix Velarde, dejando entre sus bienes, un solar sembrado con café en el corazón de lo que luego sería la capital del país.

En otros términos, el café es consumido por algunos sectores de la población aun antes de iniciarse la siembra masiva y es encargado a los comerciantes que recorren las regiones cercanas haciendo efectivo el intercambio de diversos bienes, en el área de Centroamérica y el Caribe. Estas negociaciones permiten advertir que los sectores de la población económicamente más favorecidos y/o los que ostentan cargos públicos, encargan café para satisfacer su demanda particular. Las fuentes indican que son los funcionarios gubernamentales y eclesiásticos, los primeros en adquirir el hábito, o de continuar el que ya han conseguido en sus países de origen, y no es de extrañar pues son ellos

quienes tienen vínculos directos con el mundo europeo donde se ha desarrollado el gusto por la bebida mientras que la usanza de consumir café, constituye un importante elemento de la modernidad occidental. ¿Se trata de un proceso de emulación? El consumo de café en ciertos grupos sociales costarricenses en el ocaso del siglo XVIII y en el crepúsculo del XIX, podría asumirse como una manifestación del deseo de estas elites de aparejarse con algunos sectores del mundo europeo e indicar y diferenciar entonces status. Efectivamente, establecer esta visión mecánica es sencillo. El café comporta una serie de atributos en la Costa Rica de los albores del siglo XIX que lo coloca como un bien fausto, exótico, solo alcanzable para los "notables" de la sociedad: el café es un producto costoso, por una parte y además de compleja adquisición; en otras palabras, saborear una taza de café requiere de tener el contacto -directo o indirecto- con el mercader que lo compra en el país proveedor -Panamá, Cuba, Haití o Jamaica<sup>10</sup>- y lo entrega -directa o indirectamente- al demandante varios meses después de que el pedido se efectúa. El cliente, entre tanto, cancela la deuda -en dinero o especie-, lo que a su vez señala que dispone de un sobrante en sus ingresos que le permite destinarlo a un bien no necesario.

Con esta explicación se ignoraría que no puede asumirse que todo el consumo es ipso facto de carácter emulativo, aunque esto no implica desechar la hipótesis de que la emulación juega, en el proceso del consumo del café en Costa Rica, un papel importante, entre otros factores. Muchos bienes son deseados por sí mismos más que por cualquier prestigio que pueda estar ligado a ellos (o aún en algunos casos a pesar de la connotación de bajo status que ellos conllevan); un ejemplo claro de esta afirmación es el caso de productos tales como el café, te o chocolate y azúcar que comportan su propia e inmediata satisfacción.

El comportamiento imitativo no es necesariamente emulativo... la imitación es solamente una actividad, no un motivo y la emulación es más una intensión que un motivo, o más correctamente, es una meta derivada de muchos motivos diferentes. Aun si se sabe que el consumo de un nuevo bien proviene de deseos emulativos, no puede olvidarse ponderar los motivos involucrados. La suposición injustificada y desprovista que se puede exponer es que cualquier cambio que los individuos hacen en sus hábitos de consumo pueden derivarse del deseo de alterar su propia posición percibida en el sistema social. En realidad, los cambios en los patrones de consumo son el producto de una variedad de significados subjetivos, motivos e intenciones, y también por factores objetivos diversos. Los símbolos de status y de emulación están relacionados con la distinción entre la función de una cosa y

su significado<sup>11</sup>. Ingerir café no solo es símbolo de status, en tanto indica que se pertenece a una clase superior, sino también el café tiene como peculiaridad que es un estimulante que produce un placer análogo al tabaco o al chocolate. A esto se suma el hecho de que es un producto disponible en los países vecinos y que hay comerciantes dispuestos a colocarlo en los mercados próximos, quizá lo promocionan o incluso lo ofrecen sin una solicitud previa, provocando que el proximidad del producto sea cada vez más frecuente y permanente.

En breve, algunos sectores de las elites costarricenses de finales del siglo XVIII y principios del XIX, consumen café porque tienen acceso al producto y además porque la práctica social de tomar café se convierte en un estado de competición y de satisfacción, quizá se reviste de significados rituales, privativos de la posición social de los usuarios o lo degustan solo porque les agrada el placer que produce.

No es posible señalar que los sectores populares imitan a las elites en la ingesta de café. Es preciso considerar que los estilos de consumo no solo se derivan de arriba hacia abajo en la escala social, también pueden desarrollarse a la inversa y esto sucede con alguna prestancia en el caso del café en Costa Rica. El hecho de que para 1816 el padre Velarde dejase un solar sembrado de café con un valor de 225 pesos, indica que este grano debió haber sido sembrado 4 o 5 años antes<sup>12</sup>, de modo que para la fecha en que fallece el clérigo, varios vecinos como él, tienen a disposición el café para satisfacer la demanda doméstica, de manera que el café deja de ser una bebida exclusiva de los sectores ubicados en la cima de la pirámide social para convertirse en un bien que es consumido por los diversos grupos sociales de manera cada vez más usual. De hecho, la producción se expande con rapidez e incluso se obtienen excedentes que son comercializados fuera de las fronteras costarricenses. A Panamá se envían dos quintales de café en 1820<sup>13</sup>, solo cuatro años después de que Velarde muere, lo que corrobora que los cultivos se desarrollan desde comienzos de la centuria, por lo menos.

## **SIEMBRA Y PRODUCCIÓN: HACIA LA POPULARIZACIÓN DEL CONSUMO**

La expansión geográfica del hábito de consumir café es deudora de diversos factores: por una parte, la producción del grano en las distintas zonas, invita a la ingesta de la bebida tras un procesamiento artesanal y doméstico; por otra, la apertura de caminos y vías de acceso a regiones alejadas de la Meseta, conducen por un lado, a la siembra del producto en nuevos terrenos y por otro, a la transmisión de la costumbre; además, las fondas y restaurantes que se instalan a lo largo de las

rutas recién despejadas, son lugares donde el café se ofrece a los transeúntes con asiduidad.

En 1826, ya la producción de café está en aumento, y así lo observa el inglés John Hale, en su paso por San José; él subraya en sus crónicas que en el fértil suelo del Valle Central se destacan abundantes siembras de café, además de "...cacao, indigo, algodón... azúcar, tabaco— [lo mismo que] maíz, arroz, frijoles de todas clases..."<sup>14</sup>. En ese año el excedente de café que no se exporta, también se ofrece en las pulperías y en la plaza, actividad que se realiza por lo general semanalmente (el mercado) ¿molido? ¿en grano? ¿tostado? a ¼ de real la libra, el mismo precio que paga por dos libras de carne, igual cantidad de azúcar u ocho huevos<sup>15</sup>. Si no se cuenta con ese monto, los amantes de la bebida, tienen otras formas para adquirirlo: el trueque o el hurto. Los cultivadores, podían proveer a los vecinos que no tenían siembras de ese producto, a través de la venta o el intercambio. Además no es extraño el hurto, especialmente en los patios. Tan temprano como en 1833 es sustraído "...en el almacigo. Arrancado del lugar en que el labrador lo había transplantado. Se roba ya cuando el fruto está sazón y luego que haya patios de beneficio se asaltarán éstos."<sup>16</sup>

Dadas estas condiciones, el acceso al café es ahora una prerrogativa popular. Ya Hall ha afirmado que "cuando aún no existía el comercio con el exterior, la pequeña producción de café en Costa Rica era consumida sólo por las familias que lo cultivaban" para ello, se contaba con un patio de tierra, por lo general pequeño, donde los granos se secaban al sol y luego eran tostados y molidos en pilones por los miembros de la familia. Esos patios se hallaban "esparcidos a través de toda la región donde se cultivaba el café, encontrándose hasta en fincas tan pequeñas que apenas alcanzaban las cinco manzanas."<sup>17</sup>

La costumbre de procesar el grano en el pilón está arraigada en las cabeceras de Cartago y San José en la década de 1830. En casa del padre Eustaquio, por ejemplo, ubicada en la antigua capital, se "saca el café en el panzudo pilón"<sup>18</sup> hasta que el eclesiástico enferma en 1832. Esto demuestra que la costumbre de triturar el café en el pilón se realiza entonces en el decenio de 1820. Durante la siguiente década, en Heredia, es común albergar al peregrino y ofrecerle al despedirse, "una buena taza de café -también procesados en ese instrumento—con bizcocho o tortilla caliente", si se carece de recursos para brindar algo mejor, como chocolate por ejemplo<sup>19</sup>. En otros términos, el café no se considera en ese momento un bien fausto, por el contrario, constituye lo menos que se puede dar porque no implica un costo económico adicional para el oferente, el chocolate en cambio es definitivamente una bebida de lujo. En otras palabras, en un lapso de dos décadas, el café deja de

ser un bien consumido por los sectores privilegiados para convertirse en un producto de consumo generalizado.

No es de extrañar esta popularización pues la siembra de café con fines comerciales aumenta vertiginosamente después de 1830. En 1832, se van rumbo a Chile poco más de 507 quintales<sup>20</sup>. En 1833 “se exportaron 978 quintales beneficiados a pilón”<sup>21</sup>. Una década después alcanza los 5.505 quintales, en 1847 supera los 78.161 quintales<sup>22</sup> y en 1855 ya llega a las 9.150.4 toneladas métricas<sup>23</sup>. La producción de café en Costa Rica con fines mercantiles se desarrolla en 4 etapas: entre 1832 y 1850 se expande hacia un reducido núcleo geográfico que corresponde básicamente a San José, los linderos de Cartago, Alajuela y parte de Heredia. Luego de 1850, la colonización se extiende hacia la región de Alajuela y San Ramón, estimulada por la apertura del camino a Puntarenas. Posterior a 1890 y gracias a la construcción del ferrocarril al Atlántico, el movimiento colonizador se dirige hacia el este, especialmente a los valles del Reventazón y Turrialba. En 1935 el cultivo se desarrolla en San Carlos, hacia el Norte, en Tilarán y parte del la península de Nicoya y en los valles de El General y Coto Brus en el sur<sup>24</sup> (véase el Mapa 1-1). Particularmente en el Valle Central se trata de plantaciones pequeñas, tienen un promedio de 10 manzanas y aun en 1935, el tamaño es menor a las 20 manzanas y muchas no llegan ni siquiera a las 5. Por eso el escocés Robert Glasgow Dunlop, al recorrer el Valle Central en 1844, le llama la atención que, “cada familia [o la mayoría, en Valle Central] poseen una pequeña plantación de café o de caña de azúcar”<sup>25</sup> y del rendimiento de sus sembradíos, se deja un tanto para la ingesta doméstica.

Los pobladores que se instalan en esas regiones, provienen en su mayoría de la zona central del país donde el hábito de tomar café ya está arraigado, de manera tal que estos habitantes realizan siembras de café en los nuevos campos con dos objetivos: satisfacer una necesidad doméstica y comercializarlo.

El historiador Mario Samper, estudioso de la evolución del café en Costa Rica, realiza un análisis de la expansión del cultivo en el Valle Occidental de la Meseta Central y utiliza la historia oral como parte de sus fuentes para aproximarse al objeto de estudio. Advierte entonces que “...el testimonio...indica que el café fue inter plantado, en tenencias campesinas, con cosechas secundarias para el consumo directo”<sup>26</sup>, más aun, explicando la combinación de café y granos básicos en la región de su interés, señala:

“En cada una de las áreas arriba mencionadas [Grecia, San Ramón, Naranjo,

Palmares, Alajuela] las cosechas mixtas y el grado de especialización de unidades productivas responde a múltiples factores, en vista de los cuales las familias y las empresas tomaron decisiones respecto de la producción. Algunos de estos factores fueron geográficos (e.g. localización y destinos del transporte) los cuales afectaron los costos y por lo tanto la decisión de producir ciertas cosechas para la venta o para el consumo directo. Nosotros hemos visto también, que el café pudo haber sido un cultivo de subsistencia bajo ciertas condiciones, y los granos fueron a menudo mercantilizados<sup>27</sup>

Una situación similar ocurre en El Salvador y en Guatemala. En ambos casos, el café se produce en algunas regiones para satisfacer una demanda doméstica. Su procesamiento es artesanal y por tanto se cultiva y se prepara el café para el auto consumo y, si hay excedente, se enajena una parte del producto. En El Salvador, nota Browning, que el café se introduce en fechas desconocidas pero se tenía “para su uso local, desde los primeros años del siglo diecinueve. En 1824 un informe indica que se cultiva café en algunas comunidades rurales... aunque el café se da bien aquí, no se usa en el país, donde es sustituido por el chocolate, pero se espera que esa planta sea, con el tiempo, la fuente de nuevas riquezas.”<sup>28</sup> Esto indica que la bebida preferida sigue siendo el tradicional chocolate pero el café ya se ingiere y por tanto empieza a compartir los ritmos diarios de alimentación con la bebida tradicional.

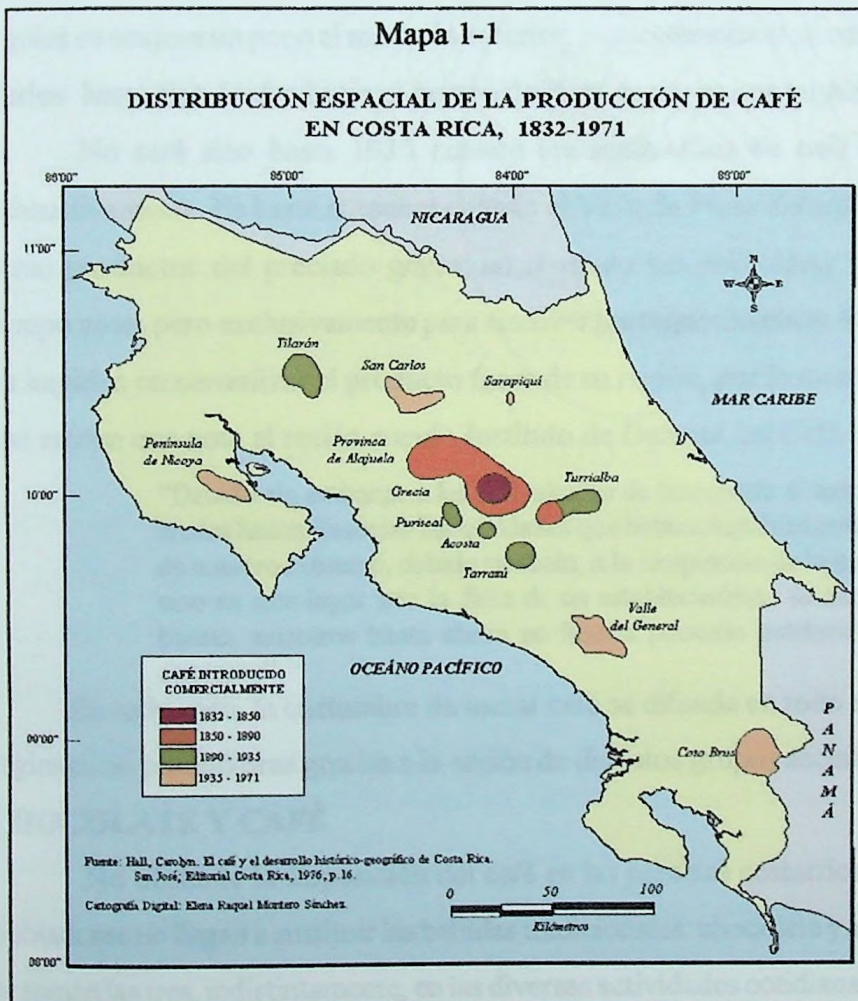
Lo cierto es que el café se expande en El Salvador, debido a los problemas del añil a nivel interno y externo y al apoyo de la legislación nacional. El Decreto Legislativo del 13 de marzo de 1847, alude entre otras cosas a la optimista pretensión de que “cada año aumente el número de plantaciones de café, de forma que ahora tenemos de sobra para el consumo interno y pronto tendremos un excedente para la exportación, [pero ocho años más tarde se admite que anualmente que se gastaban] entre 30.000 y 40.000 pesos en la importación de café desde Costa Rica....”<sup>29</sup> Esto indicaría que hay un consumo permanente que debe ser suplido por producción interna y por la importación.

Entre tanto, en Guatemala, donde posiblemente el fruto se cultiva desde 1803, es sobre todo en ese entonces, un producto de comercialización en los mercados internos. “Durante la primera mitad del siglo XIX se solía ya vender café del país, tostado y molido, en las farmacias y mercados callejeros de la Capital y de algunas ciudades del interior, siendo bebido como calmante y remedio para los efectos de la embriaguez”<sup>30</sup>. En todo caso, la población indígena de la región del Altiplano tiene sembradíos de café tanto para el consumo de la familia o de la comunidad como para venderlo

y obtener ganancias para satisfacer otras necesidades. McCreery señala que, aunque no hay forma de determinar la cantidad de café que producen los pequeños agricultores ni su peso en la exportación de café en el ocaso del siglo XIX y principios del XX, tiene evidencia de que pocos pequeños agricultores pudieron producir café pues tenían acceso a la maquinaria y al agua para prepararlo -se usaba fundamentalmente el sistema húmedo de procesamiento - para mercados "standard". Es posible que estos productores emplearan fuerza de trabajo familiar, o de sus propias comunidades "para cultivar café, maíz y frijoles a pequeña escala".<sup>31</sup> Esta afirmación permite hipotetizar que se usa entonces esa producción o parte de ella para el consumo doméstico o comunitario.

El caso de Costa Rica, entonces no dista mucho de la forma de evolución del cultivo del café en el resto del Istmo. Lo cierto, es que es evidente que contar con el cultivo cerca de la vivienda favorece el consumo, así por ejemplo, en el Llano de Alajuela, lugar donde la producción se inicia en

la primera etapa del surgimiento del cultivo, la costumbre está ya arraigada a finales del siglo decimonónico y lo constata la referencia que hace Carlos Luis Fallas de la usanza de su abuela de ingerir el estimulante que se siembra y procesa en la finca familiar, en grandes cantidades, de hecho "...bebía el café - cosechado por los Ramírez, y tostado, molido y chorreado por ella misma- taza tras taza, muy fuerte y casi sin dulce; y mis tíos también tenían gran afición aunque no lo tomaban tan fuerte ni tan



frecuentemente como mi abuela”<sup>32</sup>. Esa provincia proveía para la década de 1880, “el café para el consumo local [y además abastecía] en gran parte los mercados extranjeros”.<sup>33</sup> La ingesta de un café “fuerte”, esto es, muy cargado de café, es característico de quienes tienen acceso al grano, como los Ramírez, en su parcela. Los pobladores que se ven obligados a adquirirlo a través de la compra, prefieren un café “ralo”, menos cargado de café y más dulce en mucho porque, como se ha insistido, el dulce es más barato y por tanto el café rinde para satisfacer una mayor demanda.

En algunas regiones donde se cultiva el grano en pequeña escala, una buena parte se destina para sufragar la diminuta demanda local, por lo menos así lo hace suponer la solicitud que realiza Mercedes Quesada en 1896 al Congreso, pidiendo que se le “exima del impuesto de exportación de café beneficiado en San Carlos, por el término de 5 años”<sup>34</sup>, lo que indica que, para entonces, se produce café en esa zona aunque no en cantidades suficientes como para ocupar un lugar significativo en las estadísticas de exportación. Probablemente se planta y se procesa para venderse en la región y quizá se enajena un poco al mercado exterior, especialmente si se considera que el acceso desde San Carlos hasta San José o hacia el puerto de Puntarenas es una empresa difícil.

No será sino hasta 1935 cuando los sembradíos de café en San Carlos se desarrollen exhaustivamente. Es hasta entonces cuando el Valle de Pérez Zeledón también adquiere importancia como productor del preciado grano; no obstante sus pobladores se encargan de plantarlo desde tiempo antes pero exclusivamente para resolver los requerimientos domésticos, múltiples problemas les impiden comercializar el producto fuera de su región, por lo menos así lo aseguran 17 remitentes que envían una nota al recién creado Instituto de Defensa del Café en 1935 señalando:

“Debido sin embargo a las dificultades de transporte al interior o al puerto, las cuales hacen ilusorias las utilidades que habían legítimamente derecho a esperar de nuestro esfuerzo, debido también, a la insipiente de la población, pues no es sino en este lugar por la falta de un establecimiento de beneficio apropiado y barato, nosotros hasta ahora no hemos pensado producir sino para nuestro consumo”.<sup>35</sup>

En todo caso, la costumbre de tomar café se difunde en todo el territorio nacional, aun en las regiones no productoras gracias a la acción de distintos grupos sociales que participan en el proceso.

## CHOCOLATE Y CAFÉ

No obstante la disposición del café en las parcelas costarricenses en la década de 1830, los pobladores no llegan a sustituir las bebidas tradicionales: chocolate y aguadulce; por un largo período, se toman las tres, indistintamente, en las diversas actividades cotidianas y/o sociales, pues el chocolate

y del aguadulce, continúan sirviéndose en las mesas de los costarricenses hasta 1940 y siguientes, pero no con la asiduidad con la que se consume el café.

Particularmente, el chocolate es un producto que se ingiere desde la época colonial, tanto en la dimensión pública como en el espacio privado. En las tertulias y especialmente en las reuniones nocturnas donde participan los “notables” de la población, el chocolate constituye la bebida de rigor, y así lo atestigua el hecho de que en 1644, don Gregorio de Sandoval, ex funcionario público de la ciudad de Cartago, compartiendo en una plática con el gobernador de Costa Rica, don Juan Chaves de Mendoza, “...a presencia de muchos circunspectos tertulianos... [saboreaba el] fragante chocolate, contando allí remembranzas de su vida militar...”<sup>36</sup>

Es sin duda la bebida de los sectores acomodados. Para 1808, en la casa de la Cofradía, los principales de Cartago, degustan:

“...los bizcochos con queso, campeaban los aguardientes de maíz y de caña de azúcar, los anisados, los tistes, los jarabes y las mistelas, el buen chocolate de jícara, el tibio, el pan dulce, y la más amplia gama de empanadillas de masa de maíz rellenas, dulces y saladas...”<sup>37</sup>

Un año más tarde, durante la celebración de los actos de Jura del Rey Fernando VII, “circularon sabrosos jarros de refrescos de anona, de guanábanas, de chirimoya y de soncoya, las jicaras de chicha de maíz y de piña, los tazones de aguadulce y tibio, entre los emperifollados asistentes a los festejos, amenizados por las músicas y justicias de Quircot, de Tobosi, de Cot y de Laborío.”<sup>38</sup>

Ya entrado el siglo XIX el café no falta en las reuniones comunitarias, pero el chocolate es la bebida que se sirve en las actividades sociales más importantes, quizá porque se trata de la bebida de largueza: bautizos, días de Santos Patronos, rosarios, novenarios y matrimonios, como el celebrado en 1838, donde se obsequia a los asistentes con “...la imprescindible y deliciosa torta de los novios, rica de olores y achiote; hojaldres, melindres de yuca, ... [además de] primorosas jicaras con refrescos, tistes y pinoles, tibios y chocolates, rompopes cargados que excitaban la alegría y mistelas deliciosamente socadoras”.<sup>39</sup> Todavía en 1876, la costumbre permanece, según lo narra Manuel González Zeledón; en ese año, a la boda a la que asiste circulan en la sala donde se reúnen los asistentes, “...los platos llenos de puros y cigarrillos, los platonos de tosteles y carnes, y los jarros de chocolate espeso, oloroso a Jamaica y clavo, con sendas empanadas de maíz, rosquillas de biscocho

y trozos de "hojaldra" de pan dulce.<sup>40</sup> En las "velas", mientras se despide al difunto, los familiares acostumbran repartir a los asistentes, como expresión de agradecimiento, buenas cantidades de chocolate, en jarro, no en jícara como era el hábito hacerlo en el espacio de la intimidad doméstica, además de otros platillos.

El chocolate no solo es ingerido de las diligencias públicas y privadas más destacadas de la comunidad, sino que además acompaña, la primera -junto con el café luego de 1840 y hasta 1910 aproximadamente- y la última comida del día en el espacio doméstico. En 1804, la gente usaba vestirse "a las seis de la mañana; iba a misa, tomaba chocolate, asomábanse un rato a la ventana, rezaba el "pueridomine laudate..."<sup>41</sup> y continuaba su día. En efecto, en Heredia como en los demás poblados, en los últimos días de la colonia, "los vecinos tenían la costumbre de acostarse temprano y levantarse de mañana. Almorzaban a las nueve y almorzaban a las dos de la tarde. Antes del toque de oración (6 de la tarde) tomaban un jarro de chocolate con bizcocho o tortilla. Rezaban el rosario y jugaban naípe..."<sup>42</sup>

Todavía en 1909, el chocolate es imprescindible durante la cena; José María Núñez, estando aun niño, recuerda para esas fechas que en su casa, al caer la noche, se tomaba de rigor un jarro de chocolate, inmediatamente antes del canto "del Ave María, [luego] seguía la obligada lectura de un trozo del Quijote o de la Biblia, el rosario rezado por todos los de la casa; la cena y por fin el descanso."<sup>43</sup>

A partir de la década de 1840, el café se adueña del espacio del desayuno, -aunque comparte el momento con el chocolate cuando existen recursos que así lo permiten- por lo menos en el Valle Central, así por ejemplo, para 1855 el viajero alemán Carl Hoffmann es invitado a tomar los alimentos en el alba, en casa de unos jóvenes criollos ubicada en Heredia y es servido con "un desayuno genuinamente nacional, el que es aquí usual: pollo y carne de vaca asada, huevos cocidos y fritos, plátanos asados, diversos platos de dulces en cuya preparación la gente de aquí ha alcanzado una verdadera maestría: café, chocolate, y magnífica leche forma este desayuno que nos supo a gloria..."<sup>44</sup>

El abundante desayuno que recibe Hoffmann puede deberse a dos situaciones: se trata de un invitado y las normas de hospitalidad implican entonces proporcionar una cantidad importante de alimentos a los convidados, o quizá el desayuno es la comida fuerte para mantenerse sin necesidad de comida durante un buen tiempo mientras se prepara el almuerzo. En todo caso, en el estreno del siglo XX, el café es la bebida de la mañana, la que despierta, mientras el chocolate es la bebida de la noche,

la que reconforta y alimenta y permite un sueño reparador, así lo evoca José Basileo Acuña quien, rememorando su vecindario, ubicado en el corazón de San José, describe que "...se desayunaba frugalmente: pan con mantequilla y café. El almuerzo era abundante; no podían faltar el bistec, las verduras, el arroz, el picadillo, las tortas, las empanadas, los frijoles, las tortillas o el pan.... Además, se cenaba a las ocho con chocolate, frijoles, tortillas de queso y bocadillos."<sup>45</sup> Para entonces el café no forma parte de la merienda de la tarde, en ese momento del día se toma el tibio, particularmente en los hogares campesinos, con algún platillo de poca cuantía, por ejemplo, cuando Soledad Guillén, un campesino residente en Desamparados, arriba a su casa en 1900, luego de una ardua jornada, según relata el escritor Joaquín García Monge, "desató la hamaca, "acomodó su rancia humanidad en la red de cáñamo. De pronto alzando la cabeza dijo Miquela, el tibio (chocolate sin azúcar) y la rellena. A la orden estuvo doña Micaelita, su esposa, de cuerpo echado adelante y enaguas a media pierna, con una batidora (una jícara grande) de chocolate y una tortilla de queso. Temblando se acercó a su marido..."<sup>46</sup>

Al despuntar el siglo XIX, la presencia del cacao disminuye en el país, encareciendo el producto y por tanto, haciéndolo menos accesible al grueso de la población. El ciclo cacaotero costarricense, que nunca fue brillante, entró en una fuerte depresión hacia 1790, debido entre otras cosas, a los problemas de comunicación y a la presencia de competidores mejor equipados, insuficiencia de financiación y escasez de mano de obra<sup>47</sup>. Tan temprano como en 1713, el zurrón de cacao conteniendo 20.000 gramos cuesta 25 pesos "pero es necesario pagar 6 pesos por su transporte de Matina a Cartago y 6 por enviarlo a Nicaragua"<sup>48</sup> Los fuertes productores de cacao de Guayaquil y Venezuela pronto capturan el mercado nacional y los demandantes costarricenses pueden conseguirlo en el país a un real y medio los 460 gramos en 1848, mientras que por el cacao proveniente de Matina, que es, al decir del viajero alemán Moritz Wagner, más fino y aromático, se cobra a un real las 20 manos -100 gramos-. Se trata de un precio que fluctúa constantemente, de manera que seis años más tarde por medio real era posible comprar treinta o cuarenta gramos<sup>49</sup>. No obstante, la costumbre de la bebida estaba tan arraigada, que algunos consumidores hacían ingentes esfuerzos por adquirir el producto aun a precios especulativos. Para 1864 es preciso pagar 1 real por 8 manos de cacao -40 gramos-. Todavía en 1876, el viajero Helmuth Polakowsky advierte que "aunque existen también grandes terrenos adecuados para la producción del cacao, se cultiva poco este valioso fruto a pesar de que es excelente el cacao de Costa Rica y se paga muy caro en el país

mismo. No se exporta. El motivo de esta negligencia, es la falta de habitantes en las localidades propicias (los valles de los ríos Matina y Sarapiquí) y el malsano clima de estos valles."<sup>50</sup> Para principios del siglo XX se podía adquirir en el mercado cuatro o cinco manos de cacao (cada una con 5 almendras) a ½ real (véase Cuadro 1-1).<sup>51</sup>

CUADRO 1-1  
Precios de los víveres en pesos y reales (1713-1876)

Año	Maíz (caj)	Frijoles (caj)	azúcar lb.	Cacao lb.	Café lb.	Dulce lb.
1713				2 r 3cts		
1826			1/8r		1/4 r.	
1848	2r. ½ cts.	5 r.	2 r	1 r. ½ cts.	1/6 r.	1/3 r
1854		5r		1p. 3r. ½ cts.	1 r.	
1864	3 r.	1 p.	4r.	2p.6 r..	1 r.	
1876				2p. 3r.		

Fuente: González Yamileth. *Continuidad y cambio en la historia agraria de Costa Rica*. San José: Editorial Costa Rica, 1983. Fernández Guardia, Ricardo. *Costa Rica en el siglo XIX*. San José: Editorial Costa Rica, 1982. *La Paz y el Progreso*. 8-2-1848, p. 60. Blen, Adolfo. *El periodismo en Costa Rica*. San José: Editorial Costa Rica, 1983, pp. 138-147. Rohrmoser, Francisco. "La vida patriarcal costarricense de 1854 a 1857". En: *Album de Granados*. Tomo IV, pp. 157-158.

Los salarios mensuales de los peones y jornaleros en la Meseta Central son, en promedio, de 11 pesos y 2 reales en 1849, lo que significa que para adquirir una libra de cacao es preciso invertir el 13.40% de sus ingresos, mientras una libra de café corresponde al 8.93%. En 1853, la situación cambia pues los ingresos se reducen a 8 pesos mensuales promedio y dada esta disminución, es ineludible designar el 16.25% de lo obtenido en 460 gramos de cacao y 12.5% por igual cantidad de café. El dulce, en cambio, sigue siendo la opción más económica. Cierto es que el salario no es la única entrada que tienen los peones y jornaleros en ese momento; para satisfacer sus necesidades básicas cuentan con los recursos que obtienen de la parcela y en muchas ocasiones, adquieren los productos a través de diversas vías siendo el trueque una de ellas. Es posible que el café y el cacao, igual que el dulce se consiga por medio de otras formas diferentes de la compra.

En todo caso, el cacao que durante la época colonial es un artículo usual, se convierte en un producto suntuoso a mediados del siglo XIX, por ello la afirmación de Scherzer es certera al observar que para esa época los costarricenses "prefieren para el desayuno y después de la comida una taza de cacao que forma el único artículo de lujo en su mesa frugal [a pesar de que] el café local ... sabe

mejor... [y] se ve brotar del suelo de casi todos los jardines particulares del país”<sup>52</sup> Las palabras de Scherzer omiten que para entonces, el café y el chocolate comparten el momento del desayuno; quizá la ligereza de su aseveración se debe a que él es favorecido por los anfitriones nacionales con chocolate en el afán de éstos por mostrar hospitalidad al visitante. Tal expresión de agrado también es manifestada al estadounidense John Lloyd Stephens en 1841, en la casa de la hacienda Aranjuez, ubicada en los Montes del Aguacate, donde acepta por comida “...“tortillas”, arroz guisado con tocino, servido en una concha, y sal que me trajo Nicolás en la palma de la mano. Terminé con una taza de chocolate...”<sup>53</sup>. Todavía 11 años después, el alemán Wilhelm Marr en una posada ubicada en Esparza, se conforma con “una taza de caldo ralo de cacao, dos huevos, un mendrugo de pan seco, duro como una piedra, y un lugar en la hamaca”. En la hostería de La Asunción, a dos leguas y media de San José, el irlandés Thomas Francis Meagher en 1852, es cordialmente acogido por las tres damas que atienden el negocio con “...tazas rebalsantes de chocolate delicioso, los más ricos huevos que puedan imaginarse y naranjas de los árboles que sombreaban y perfumaban la casa”<sup>54</sup>. Pero, ya en San Mateo, lugar obligado de paso camino a San José, procedente de Puntarenas recuerda que recibe “...un café aromático, huevos, carne de vaca asada, maíz tierno...”<sup>55</sup>

El cacao, cuya producción se inicia a mediados del siglo XVII en Matina<sup>56</sup> constituye una fuente que permite malamente importar bienes y productos necesarios. Su importancia se manifiesta incluso en el hecho de que sus semillas son empleadas en sustitución de la moneda de plata que escasea en Costa Rica. Entre 1650 y 1790, que es el período cacaotero, tanto los contratos de arriendo como las transacciones para ventas de haciendas de cacao, se hacían en “moneda de cacao”. Una porción de este circulante pudo haberse ingerido pero lo cierto es que por lo menos en 1708, la mayoría de los funcionarios del gobierno de la Provincia son dueños de haciendas en el valle de Matina, por lo que no extraña que Gregorio de Sandoval comparta con el gobernador, un fragante chocolate en 1644. A pesar de que el ciclo cacaotero decae en el ocaso del siglo decimonónico, todavía en 1830, con medio real se compran cuatro o cinco manos de cacao y con ellas se “podía cualquier chico echar dos o tres viajes a la plaza!”<sup>57</sup>. En 1853, recuerda Moritz Wagner, se encuentra en el mercado “...el arroz y cacao [que se] venden en sacos abiertos, el primero en jarros pequeños, el último según el peso. Las habas de cacao sirven a la vez de moneda de vellón, (pues no existen monedas de cobre y la más pequeña de plata es de medio real)...”<sup>58</sup>

“Los granos de cacao se usan como moneda para la compra de artículos de primera

necesidad, que tienen un valor exiguo; se consiguen, según las existencias en el mercado, de seis a ocho manos o sea a treinta a cuarenta gramos por un medio real. Las frutas como naranjas, bananos, anonas, etc. que son muy baratas, se pagan generalmente en vez de con efectivo con granos de cacao. Muchos paseantes de lo que más por placer que por negocio andan por el mercado y que apetecen algunas de las frutas jugosas que ahí se ofrecen en venta en canastas, se van donde un vendedor de cacao, que representa en estas montañas el papel de banquero y cambian un medio de plata por un par de manos de cacao moreno, exactamente como si cambiaría en una casa de cambio europea un napoleón de oro por francos de plata. El cacao es en todo caso, un medio de trueque menos frágil que ciertas monedas del Perú".<sup>59</sup>

En resumen, el chocolate no es sustituido por el café completamente en los primeros cien años de existencia asidua de este último fruto, pero factores coyunturales favorecen la presencia constante del café en detrimento del chocolate. Por una parte, la escases del producto colonial y el aumento de su precio, son sin duda elementos de gran importancia en el desuso cotidiano y explica su empleo esporádico en ocasiones especiales, cuando los anfitriones pretenden complacer a los visitantes, convirtiéndolo en un artículo de lujo que simboliza desprendimiento, afabilidad, amistad, simpatía y en algunas circunstancias, status. Entre tanto, la existencia cada vez más frecuente del café y la posibilidad de adquirirlo con prestancia a través de diversos mecanismos: siembra, compra, robo, trueque; colabora también en colocarlo en un lugar de privilegio en el ritmo diario de alimentación, en espacios antes ocupados solo por el chocolate. Cuando el ciclo cacaotero repunta en el siglo XX, el café ya se ha posicionado en los espacios públicos y privados y continúa siendo más accesible a través, ya no de la siembra o el intercambio, sino por la presencia en el mercado de diversas calidades de café y precios diferenciados, algunos módicos cuando se trata de un café de cualidad cuestionada, como se detalla en el capítulo 2 de esta entrega.

## AGUADULCE

A pesar de los diversos usos del chocolate, ya en la década de 1840, el café empieza a ocupar un sitio importante en los ritmos de alimentación diaria de los costarricenses, como se ha insistido. Comparte el espacio además, con el aguadulce, otra bebida caliente, no estimulante, extraía la caña de azúcar, cuyo cultivo se expande en la mayor parte del territorio. La producción de azúcar se inicia durante el periodo de colonización del territorio y para 1691 se calculan 16 trapiches ubicados en ambas secciones del Valle Central que tienen un rendimiento anual de 80 quintales<sup>60</sup>, un monto importante si se considera que la población de Costa Rica ascendía a un poco más de 639 personas

-sin contabilizar a los indios- según los datos que arroja el censo que llevó a cabo el Gobernador Gómez de Lara en ese año<sup>61</sup>. En 1741 hay funcionando en diversas zonas de Cartago y San José 169 trapiches.

Sin embargo, la demanda del producto crece para la década de 1830 más que la oferta y se hace necesario importar algunas cantidades. En 1836 llegan del exterior 22.746 libras de azúcar y 286 libras de dulce. Seguramente se trató de un faltante momentáneo porque cuando John Lloyd Stephens, oriundo de New Jersey transita por Costa Rica en 1841, percibe que aproximadamente una legua antes de llegar a Alajuela procedente de Puntarenas, “los campos estaban cultivados de caña de azúcar y todas las viviendas tenían su pequeño “trapiche” o molino de azúcar.”<sup>62</sup> Empero, las condiciones de los caminos impiden proveer con sistematicidad a los demandantes del producto, pues según afirma el inglés Anthony Trollope, cuando él visita el país en 1859, “...sólo se cultiva lo necesario para el gasto del propietario y la venta que permite el tráfico de la carretera.”<sup>63</sup>

En ese momento el dulce en zurrón se utiliza tanto para preparar aguadulce como para endulzar el café porque,

“en Costa Rica no se fabrica lo que propiamente llaman azúcar, sino que se importa el que se consume. El artículo elaborado en el país lo llaman allí “dulce”. Sale de manos del fabricante en forma de un terrón feo, redondeo y pardo, de la consistencia de un ladrillo y en realidad mucho más parecido a una tejoleta que a todo lo que pueda hacerse con sacarina. Sin embargo, las cañas son bastante buenas y su jugo tan dulce como el de las que nacen en las tierras productoras de azúcar de primera clase.

Según parece, el único empleo que tiene este “dulce”, además de azucarar el café de los campesinos, es en la destilación...”<sup>64</sup>

En efecto, Carl Hoffman, en su excursión al volcán Barba de Costa Rica en 1855, es agraciado por una familia del lugar con “una taza de café caliente (en el desayuno) con dulce (o chancaca, jugo de caña de azúcar espesado y seco hasta la concreción)...”<sup>65</sup>. La preparación consistía en colocar en el agua que se hierva y que serviría para “chorrear” el café, una barra de dulce que se deshace durante la ebullición y luego se procede a vaciarla en la bolsa -generalmente hecha de lona- en la que está el café en polvo<sup>66</sup>. El aguadulce no es un estimulante, como el cacao o el café, se trata de una bebida caliente cuyo sabor es ampliamente aceptado por la población, tanto que, como indica José Sánchez en sus reminiscencias, la presencia del café en la década de 1830 no es tan asidua como la del dulce, pero “poco a poco todos los cercos del barrio fueron sembrados de cafetos y al cabo, la cosecha se

sacaba en bellota y luego, machacados los granos en el pilón se contó con la rica bebida mañanera. [No obstante], a la noche casi no se tomaba tal bebida por que se decía que el café desvela.<sup>67</sup>

Cierto es que los atados, con los que se elabora la bebida, eran relativamente baratos y se obtenían en los trapiches ubicados en los alrededores de los poblados. Para la década de 1840, era posible conseguir 16 atados en tres pesos y 28 personas podían ingerir medio atado diario.<sup>68</sup> Y el “azúcar moreno, sin refinar, el llamado dulce, [llegaba] en grandes cantidades en discos chatos de una libra y media al mercado.”<sup>69</sup> Todavía en 1850 se compra un quintal de dulce por 2 pesos mientras el café valía de 5 a 7 pesos la misma cantidad<sup>70</sup>. El aguadulce era fácil de preparar, como se ha expuesto, bastaba con incorporar en un recipiente con agua un trozo de atado y esperar a que se disolviera mientras el líquido llegaba a ebullición.

Todo parece indicar que el dulce es favorecido especialmente por las personas de escasos recursos económicos, el chocolate es la bebida de los nobles, de aquellos que cuentan con capacidad económica para adquirir la materia prima necesaria para elaborar el elixir. El café se coloca en un lugar intermedio, no es tan barato como el dulce pero es accesible y además proporciona los placeres del chocolate por ser un producto estimulante.

## LOS CAMINOS: SENDEROS DEL CONSUMO

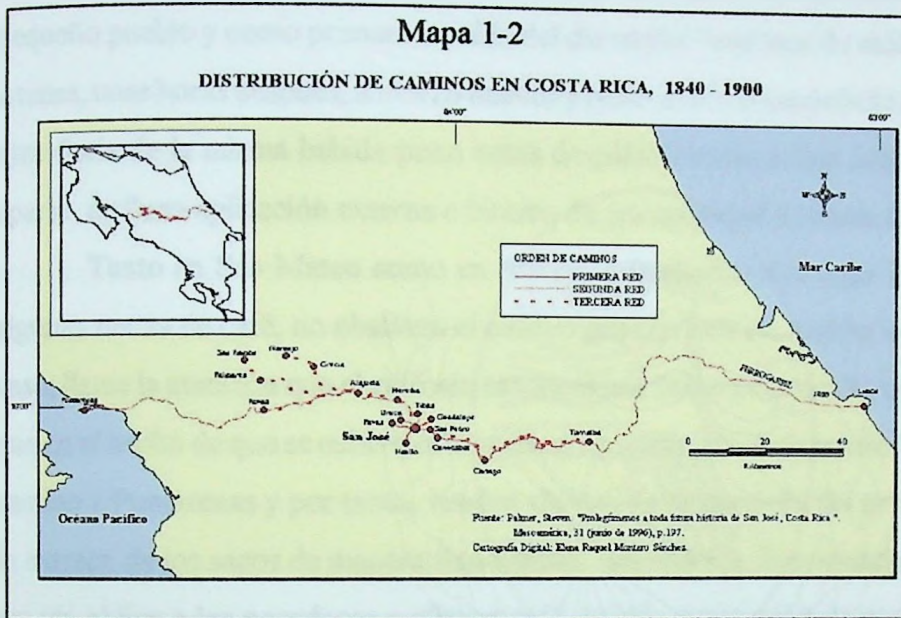
Las dificultades y los costos que significa acarrear el grano desde distintas zonas hasta los puertos de embarque constituye sin duda, una importante limitación para el desarrollo de los cultivos pero también lo es para emprender la ampliación de la frontera agrícola y la difusión del hábito de consumir café. Conscientes de esta situación, una de las preocupaciones iniciales, tanto de las autoridades encargadas del grano como de los exportadores, es la forma de conducir y arribar a los puertos de embarque el producto rumbo al mercado inglés, fundamentalmente. Puntarenas es virtualmente el único punto de salida del grano y por tanto se realiza un esfuerzo importante por mejorar los senderos y acelerar el transporte de un producto que además es perecedero.

En la década de 1840 un grupo de cafetaleros y exportadores crean la sociedad Económica Itineraria<sup>71</sup> cuyo objetivo es mejorar las vías de acceso a Puntarenas. Entre 1843 y 1846, aumenta bastante el caudal de la institución y logran construir un puente sobre el Río Jesús María y extender el Camino Real, un estrecho sendero de mulas usado desde 1601. La mejora de la vía unió a San José, en el Valle Central, con el puerto Pacífico de Puntarenas, permitiendo que las carretas de bueyes fueran capaces de llevar más de media tonelada de café, reemplazando la capacidad de las mulas que

trasladan un cuarto de esta cantidad, en consecuencia se abarataron los costos del transporte del café.

El nuevo camino de carretas de bueyes no pasa directamente a través de regiones con suficiente altura para la siembra de café, -entre 1000 y 1500 metros sobre el nivel del mar- pero el gobierno y los dueños de tierras, construyen ramales del sendero en las áreas más apropiadas del norte del Camino Real, abriendo pueblos en Palmares, Grecia, San Ramón, y Naranjo (véase el Mapa 1-2). Después de 1850, los colonos se congregan en esta sección nuevamente abierta; los bosques se

cortan y se siembra café en las partes más altas y el azúcar y los granos básicos se cultivan en las partes bajas igual que se crean lugares de pastoreo. Las ciudades más antiguas del Valle Central se llegan a especializar en la producción del café, mientras que las colonias más recientes siembran diferentes tipos de



cosechas, teniendo el café como la principal forma de ingreso.

Para 1883 habían más de 800 plantaciones de café en la parte más lejana del oeste del Valle Central, pero el promedio de arboles de café sembrados por plantación era menor al que existía en las viejas fincas, que se concentran en los distritos especializados en la producción de café<sup>72</sup>.

La apertura de caminos favorece, por un parte, la colonización agrícola, pero además, propicia la instalación de centros de ventas de alimentos y algunos ofrecen también albergue, para los viajeros, nacionales o extranjeros. Estos lugares resultan ser un oasis para los peatones en las largas jornadas, pues las travesías hacia el puerto de Puntarenas o rumbo a la frontera norte del país, requerían de días y hasta semanas de andanza en zonas montañosas y de muy difícil tránsito.

Para la década de 1850, los transeúntes que se dirigen al puerto de Puntarenas procedentes del Valle Central, de detienen en dos lugares, ubicados a mitad de camino, uno antes del ascenso hacia

el Monte del Aguacate, San Mateo y otro luego de su descenso, Atenas. Se ubican allí ranchos improvisados donde los dueños sirven a los huéspedes café como parte de los alimentos que ofrecen. Particularmente en San Mateo, en 1852, Wilhelm Marr y pocos días después, Thomas Francis Meager, reciben café acompañado de platillos diversos, los que acostumbran los nacionales: “huevos frescos, lengua fresca de vaca, una taza de café amargo [quizá por falta de dulce para azucararlo] un platillo lleno de jocotes, o ciruelas de puerco, una acostumbrada ración de “tortillas”<sup>73</sup>.

Siete años más tarde, el inglés Anthony Trollope se hospeda en una incomoda fonda en ese pequeño pueblo y como primera comida del día recibe “una taza de café sin leche” nada más, pero en Atenas, unas horas después, almorzó huevos y pollo asado acompañado nuevamente con café y acepta otra dosis de la misma bebida poco antes de partir rumbo a San José, esta vez junto con huevos, aparte de “una aplicación externa e interna de una cantidad limitada de coñac”<sup>74</sup>.

Tanto en San Mateo como en Atenas, a mediados del siglo XIX se inicia la plantación de algunas matas de café, no obstante el cultivo principal en esa región lo constituye la caña. En todo caso, llama la atención que el café sea entonces una bebida frecuente; quizá la explicación radica más que en el hecho de que se cultive en la zona, en que es parte de la senda de los transportistas del grano camino a Puntarenas y por tanto, venden ahí una parte pequeña del producto, posiblemente algunos lo extraen de los sacos de manera fraudulenta. Sin reparos, la presencia y el paso de extranjeros por esa vía obliga a los posaderos a ofrecer café, bebida acostumbrada por esos huéspedes.

En regiones donde el café no se siembra y además, no hay fondas donde obtener alimentos, los viajeros se ven en la obligación de acarrear con los víveres necesarios y el café es el único que no falta. El alemán Wilhelm Marr, era un frecuente tomador de café. En 1852, durante su visita al volcán Turrialba, se preparó “un café infernalmente fuerte” con granos molidos que él transportó, para disminuir los efectos del licor que había ingerido la noche anterior y al día siguiente, en casa de Madame Weppholdt, ubicada camino a Pacuare, tomó al desayuno, una buena cuantía de café.

El llevar café consigo en las largas andanzas, no es un hecho extraño, por el contrario, en la mayoría de los casos es un producto indispensable en el viaje y probablemente se traslada ya molido porque acarrear los instrumentos necesarios para efectuar el proceso resulta un tanto incómodo, a menos que se cuente con la ayuda de servidores que colaboren con el transporte y con la tarea. Si se trata de estadías prolongadas, posiblemente se hace necesario llevar un molinete pues el café triturado se conserva por menos tiempo mientras el café en grano, ya tostado, soporta permanencias largas sin

perder sus cualidades aromáticas.

## VIAJEROS: DIFUSORES DE LA COSTUMBRE

No cabe duda de que los viajeros extranjeros y los transeúntes nacionales se convierten en importantes distribuidores de la bebida en el territorio nacional y la trasladan a sitios donde el café no se cultiva aun, incluso, como se ha mencionado ya, obligan a los posaderos a tener café para ofrecer a sus clientes pues lo demandan con frecuencia y no es de sorprenderse pues se trata de personas procedentes de regiones con arraigada costumbre en la ingesta de café.

Tan temprano como en junio de 1831, cuando el café apenas empieza a ser cultivado con fines comerciales en las cabeceras de Cartago, Alajuela, San José y Heredia, el maestro Loaiza (sastre capitalino) decide emprender un viaje a Puntarenas en compañía de su hija Clotilde y de la chola Irena con dos objetivos “comprar géneros y materiales para su sastrería en un buque cuya llegada estaba anunciada y, además el de que Clotilde conociese el puerto y el mar.”<sup>75</sup> Luego de pasar por Alajuela, La Garita y descender hacia el puente sobre el Río Grande, disponen pasar la noche en un lugar “bajo los galerones de cañizos de los sesteos” y hacen un fogón “donde colgaba la olla de café en un trípode de palos”<sup>76</sup>. De modo que carga con el café para el viaje aunque se trata de una travesía difícil que requiere de varios días de camino.

Entre tanto, los extranjeros contribuyen de igual manera con la difusión de la costumbre pues lo solicitan sin reparo en todos los sitios a donde llegan. Así, Felix Belly, procedente de Francia, país donde el café se toma con profusión desde el siglo XVII<sup>77</sup> arriba al muelle de Sarapiquí en 1858 y se instala en la cabaña de un norteamericano y el anfitrión, como gesto de bienvenida le sirve café, no sin antes quejarse ampliamente de la carestía de este producto en la región<sup>78</sup>. Y ciertamente la ausencia de café en sitios donde aun no se cultiva el grano, es muy frecuente por ello debe llevarse consigo el que se va a consumir o esperar que sea aportado por mensajeros. Belly, cuando alcanza La Virgen de Sarapiquí, a 10 horas de distancia del Muelle, tiene la suerte de que un emisario del gobierno “había traído de San José algunas provisiones, entre otras, un pollo asado y algunos panecillos de harina de maíz envueltos en una capa de trigo...Ramón [el guía] preparó café [que también venía entre las víveres] en un caldero viejo, lo azucaró con dulce negro partido como un pedazo de chocolate y lo repartió entre todos los compañeros”<sup>79</sup>.

Cinco años antes habían estado en ese mismo lugar los alemanes, Wagner y Scherzer. Ellos no tuvieron la suerte de contar con enviados gubernamentales pero si de tener la compañía de

soldados costarricenses que resguardaban en ese momento la frontera. A los extranjeros y sus guías, se les agotaron los víveres que llevaban y los efectivos “compartieron gustosamente con nosotros lo poco que tenían; no quisimos por miedo a la fiebre, comer papayas ni bananos, pero saboreamos con delicia el exquisito café del país.”<sup>80</sup> En efecto, los alimentos de estos “militares” eran reducidos en extremo “comen casi exclusivamente bananos, que tienen, cogidos verdes del árbol y cocidos, un sabor harinoso de papa, bastante agradable; ... Los soldados comían también papayas crudas, que se parecen a melones. No tenían ni siquiera tortillas, especie de delgado pan de maíz, que en Costa Rica no falta ni en la mesa del más pobre diablo. Si el cazador regresaba, como muchas veces, con la bolsa vacía, sólo les quedaba el café como sazón de su miserable comida”<sup>81</sup>.

Por las apreciaciones de estos viajeros es de suponer que el único bien que no falta en la región de Sarapiquí, es el café, hasta en los ranchos más humildes del lugar, las tortillas y el café son el alimento diario y se sirve a toda hora del día. En una choza hecha de troncos de madera y techo de hojas de palmera, en La Virgen de Sarapiquí, a la que arriban empezando la tarde, la ranchera les obsequia tanto café, como tortillas al desayuno, ya en el campamento improvisado con sus guías y cargueros, de nuevo son favorecidos con café, y en los diferentes almuerzos, el café resulta la bebida de rigor<sup>82</sup>.

Para evitar la abstinencia, estos caminantes alemanes no escatiman en llenar sus alforjas con “arroz, café y azúcar...[o en su lugar de] frijoles, bizcochos, café y azúcar” cuando emprenden el viaje a la zona Atlántica donde estaban convencidos de la imposibilidad de adquirir estos alimentos porque no se cultivan entonces en la región<sup>83</sup>. Cuatro años más tarde, Mario González, un cartaginés que gustaba de las aventuras, salió con una comitiva rumbo a Limón, y en el camino, a la altura de Carrillo, desempacaron las alforjas y de ellas salió “bizcochos, tamal asado, tortillas de queso y gallitos de frijol” y para acompañarlo, prepararon café que traían ya molido, listo para chorrear en bolsa con el agua que calentaban en un improvisado fogón<sup>84</sup>.

Esta costumbre de acarrear con el café es una práctica común, incluso durante la Campaña Nacional de 1856, los soldados transportaron abundantes cargas, en grano, hasta la región de Guanacaste donde se llevaban a cabo las batallas. Por ejemplo, el 11 de noviembre de 1856, parte del Puerto de Puntarenas el bergantín “11 de abril” con “110 hombres entre jefes y soldados, y dinero y elementos de guerra para el General Cañas”<sup>85</sup> y llevan entre su cargamento, 761 libras de café, pero también conducían 50 libras de té, 24 docenas de coñac, 1 barril de cerveza, 12 cajas de vino y un

novillo en pie, lo mismo que 12 jamones salados y 130 libras de carne conservada. Aunque desconocemos cuánto tiempo debían mantenerse estos alimentos, según la programación del viaje, es evidente que tenían comida suficiente para más de 30 días<sup>86</sup>.

El café se toma cada vez con mayor profusión en las regiones alejadas del Valle Central aunque no sean sitios de cultivo mientras el chocolate tiende a desaparecer. En el año de 1882, el sueco Carl Bovallius se detiene en un pequeño rancho en Esparza, en su camino a Puntarenas, “para descansar el caballo [y de inmediato] la dueña de casa me invitó con café y tortillas de maíz y pronto entré en animada conversación con los miembros de la familia”, igual fue cordialmente recibido en una vivienda un poco más distante con los mismos alimentos. Ya para entonces el café se cultiva en el Valle Occidental de la Meseta Central con gran éxito y posiblemente la mejora en los caminos, permite el envío del grano a las regiones más remotas y a un costo relativamente cómodo para pobladores de escasos recursos económicos. En 1899 el alemán Karl Sapper visitó la península de Nicoya y fue “invitado a desembarcar en el puente y después de que hube mostrado mis cartas de recomendación, se me condujo, de manera inmediata, una taza de café caliente, un verdadero beneficio después de la ventosa noche pasada casi totalmente en vela.”<sup>87</sup>

### APERTURA DE CAMINOS Y CONSUMO DE CAFÉ

Sin duda, los obreros -trabajadores del gobierno- que laboran en la apertura de caminos, tanto al este como al oeste del territorio costarricense desde finales de la década de 1830 y especialmente en la alborada de 1840, se convierten en importantes distribuidores de la costumbre de la ingesta de café en Costa Rica.

Estos hombres realizan tareas físicamente agotadoras y trabajan en situaciones climáticas y geográficas sumamente difíciles; duermen en campamentos improvisados, con techos de paja y hojas; en las frías y húmedas noches, se cubren con sacos, y en el mejor de los casos, reposan sobre cueros para “...preservarlos de la umedad, para dormir en el suelo”<sup>88</sup>; carecen por completo de sitios para el aseo personal y de lugares donde guarecerse de las lluvias constantes, además, no se detienen en sus labores durante más de 10 horas diarias. Debido a estas peculiaridades, las enfermedades son constantes. En la región oriental por ejemplo, la fiebre amarilla, favorecida por la presencia masiva de mosquitos, cobra un número de víctimas aun no determinado entre los trabajadores. Las intrincadas condiciones, conducen además a la desertión masiva.

En esta zona, el puerto de Matina, constituye un sitio importante para el ingreso de

mercaderías provenientes del Caribe desde inicios del siglo XIX pero para la tercera década de esa centuria, las importaciones aumentan y este crecimiento estimula al entonces Jefe de Estado Braulio Carrillo a justificar el inicio de una de sus obras de mayor envergadura, la apertura del camino que conduce desde Cartago hasta Matina. Las tareas se inician en mayo de 1838 utilizando como trabajadores a los presos, primero, pero debido a cambios en la política de ejecución de la faena, ahora al mando del Joaquín Iglesias, se reclutan obreros en los lugares con población mayoritariamente indígena de La Unión (Tres Ríos), Curridabat y Aserrí además de cargadores procedentes de Orosí<sup>89</sup>. Las tareas son supervisadas periódicamente por un encargado gubernamental y de acuerdo con sus observaciones, tiene potestad para tomar decisiones y actuar de inmediato.

En virtud de tal derecho, el 18 de abril de 1840, el supervisor Pío Alvarado, Comisionado por el Ejecutivo de las labores del camino a Matina<sup>90</sup>, tras observar las dificultades del avance de las trochas y las inclemencias en las que se desenvuelven los trabajadores, que incluso provoca "... las partidas de gente que regresan unos por enfermos, y otros por antojo..." decide prestar especial atención "...principalmente sobre alimentos, y el modo de alimentarles, proibiendo el aguardiente que en mi concepto, deja de ser favorable, perjudica a los hombres, por el mal huso que se ha dado del, como estoy informado principalmente cuando es nesasario ponerlo en manos de los sobrestantes, sustituyendolo con cafee..."<sup>91</sup> De manera tal que en ese momento, el café resulta ser la bebida espirituosa no embriagante más apropiada para ofrecer a los peones que laboran en Paraiso, Turrialba y La Laguna.

El 2 de abril del mismo año, se dicta un reglamento que regula las actividades diarias de los obreros que indica expresamente cada movimiento que deben efectuar, de manera que señala lo siguiente:

"Todo hombre de trabajo se levantará presisamente a las seis de la mañana, a las seis y media tomara cada uno una tasa de cafe alistarán sus fierros y tomarán el trabajo, a las nueve sera el almuerzo y continuaran hasta la una y media de la tarde en que comeran, y volberan a la ocupacion, hasta las cinco y media de la tarde en que se retiraran a la avitacion, a comodaran los trastos del servicio actual, limpiaran las abitaciones, prebendran sus dormitorios mudando aquellos cuando halla umedad. A las seis y media senaran y se recojeran a las ocho"<sup>92</sup>

El café, evidentemente, ya se instituye oficialmente como bebida obligatoria a la hora del desayuno para 1840 lo que implica que aun antes, su uso es frecuente. Además, se trata de obreros

que cuentan con el estimulante en sus regiones de origen y por tanto, han creado el hábito y posiblemente también dependencia. Pero quizá el café tiene también un fin preventivo contra las enfermedades. En ese momento hay una real inquietud por la cantidad de bajas entre los obreros y los encargados se preocupan, y lo expresan en el reglamento mencionado, por evitar la humedad, mantener la limpieza del lugar y que “la mujer cosinera cumpla puntalmente con darles suficiente alimento con el aseo posible, y que no este de mala calidad.”<sup>93</sup> El café podría ser considerado una bebida adecuada contra las altas fiebres que provocan los males que sufren los obreros con más frecuencia en la zona.

Por lo otra parte, el grano es accesible para las autoridades gubernamentales quienes contratan proveedores permanentes o lo adquieren incluso en la región. Por lo menos para marzo de 1844, hay suficiente café en la sección del atlántico cercana a la trocha, como para abastecer las cuadrillas de trabajadores. De hecho, Francisco María Oreamuno, en una nota que envía al Presidente de la Junta Directora de la Sociedad Itineraria del Estado, en 1840 advierte sobre la urgencia de poner atención al camino a Matina particularmente en el espacio de Quebrada Honda “por que es el único paso que la cordillera i volcanes permiten...” y además porque “del otro lado de Quebrada honda hai en el dia considerables haciendas de Café i es de esperarse que se multipliquen prodijiosamente al favor de un buen camino”<sup>94</sup>. Para entonces, los habitantes de la región se multiplican, tanto que Oreamuno indica en la misma nota que “...está poblado en mas de la mitad de su extension, con las poblaciones de Moin, Matina, Turrialva i otros puntos de haciendas i aldeas...”, lo que señalaría por tanto que el consumo del café para entonces ha trascendido la Meseta Central y se extiende hacia la región Oriental del país. Los granos son obtenidos de las cosechas de la zona o algunas cantidades pueden suplirse de las cargas que se dirigen, desde el Valle Central, hasta los campamentos, para abastecer a los obreros encargados de la apertura de caminos. De esta manera, los braceros, demandantes del producto, también se convierten en difusores de la costumbre.

Las inclemencias y bajas por enfermedad, también podrían explicar la presencia del café, al que se le atribuyen cualidades curativas. Sustituir el licor por el café podría significar que se le considera más beneficioso para la salud de los consumidores que el aguardiente, pero además, el segundo embriaga y por tanto no permite a los obreros trabajar atentos, mientras que el café, por sus propiedades estimulantes, despierta y mantiene alerta.

En 1841 trabajan en la provincia de Cartago un promedio mensual de 60 hombres que

consumen cerca de 0.48 onzas de café diariamente cada uno y 0.88 onzas de dulce, el equivalente a 1.2 tazas de café y a un cuarto de docena de tazas de aguadulce poco concentrado -1/20 de atado por alma diario-. De ninguna manera se trata de personas inexpertas en la ingesta de café porque los encargados expresamente solicitan a los proveedores que empaquen el grano en sacos "para que no pierda el aroma"<sup>95</sup>. Para entonces, aun no se ha realizado la primera exportación de café a Inglaterra que se concreta hasta dos años más tarde, o sea, estos datos permiten conjeturar que aun antes de la producción masiva de café en Costa Rica para destinarlo al mercado externo, ya existe un consumo interno que muestra una tendencia creciente, por lo menos entre estos trabajadores provenientes del Valle Central en su mayoría.

Ciertamente, dos años después, el consumo del café entre los peones que trabajan abriendo trocha empieza a hacerse más permanente (véase los Cuadros 1-2 y 1-3). En 1844, la necesidad de conducir el café al puerto de Puntarenas, estimula a la Sociedad Económica Itineraria a abrir simultáneamente varios puntos a la vez en el trayecto, de manera que hay obreros trabajando en el Puente Jesús María, en el Callejón de Paires, en Susubre, en La Boca, en la Tranquera y en el Río Grande. En todos los casos el número de operarios supera la docena de personas, cifra que varía porque las faltas son constantes debido a las inclemencias del tiempo y a la presencia de mosquitos transmisores de enfermedades -particularmente fiebre amarilla- que tienen poco control médico en ese momento.

En la lucha por combatirlos, la Junta de caminos toma la decisión en 1844 de suministrarles a los obreros que laboran en la construcción del puente denominado Jesús María, ubicado entre San Mateo y Esparta, café para el desayuno porque "se consideró necesario para preservarlos de calenturas y otras enfermedades"<sup>96</sup>, quizá por la experiencia acumulada durante los trabajos en la trocha hacia Matina. Este mandato, que es acatado inmediatamente pues se envía café en grano acompañado de "un pequeño molino"<sup>97</sup>, es entonces en mucho responsable de la presencia del café en la zona.

En 1845 en el Jesús María laboran cerca de 8 personas por día y consumen en un mes poco más de un quintal de café molido, aproximadamente 0.93 onzas, esto es, el equivalente a 2 tazas diarias. La entrega de esta bebida no es constante sin embargo, debido a las dificultades para el abastecimiento de los víveres. La mayor parte es transportado en carreta desde San José, a través de trochas que ascienden y descienden por caminos de barro resbaloso que se hacen intransitables en

época de invierno; además los proveedores dependían de las existencias en el mercado josefino para aprovisionar las cantidades requeridas en los campamentos.

**CUADRO 1-2**  
**Distribución del consumo del café en los campamentos**  
**de trabajadores que laboran en la apertura de caminos (1841-1849)**

Año	Lugar	Promedio diario por trabajadores en onzas	
		café	dulce
1841	Cartago	0,48	0,8
	Puntarenas		2,9
	Reventazón		0,8
	Jesús María	1,48	
1844	Camino al Norte	0,67	0,8
	Jesús María		0,04
	La Boca		0,05
	Río Grande		0,6
	La Tranquera		0,52
	Presidio		0,05
	Puntarenas		0,06
1845	Jesús María	0,93	0,1
	Presidio		0,06
1846	Machuca		0,65
1847	Machuca		0,8
1848	Atenas		0,8
	Ramada		0,8
1849	Susubres	3,72	0,04
	Jesús María	1,46	
	Paires	3,22	0,06

Fuentes: ANCR, Serie Fomento, 1841-1849.

No es entonces difícil de comprender la molestia constante de los peones por la ausencia de café, cuya presencia reclaman como un derecho indiscutible, tanto que en 1864 Jesús Bonilla, funcionario de la división de caminos, solicita al gobierno central el envío de víveres para los peones

que trabajan en el puente sobre el río Jesús María, pues asegura que los obreros “se están indisponiendo por la falta de café y carne”.<sup>98</sup> Ese mismo año, los jornaleros ubicados en Angostura también se alteran por la falta de café y Jesús Bonilla, nuevamente, pide la entrega de “café suficiente” para satisfacer las demandas<sup>99</sup>.

**CUADRO 1-3**  
**Distribución del consumo del café en los campamentos**  
**de trabajadores que laboran en la apertura de caminos (1850-1869)**

Año	Lugar	Promedio diario por trabajadores en onzas		consumo diario p/ persona
		café	dulce	licor
1850	Paires	1,17	0,05	
	Jesús María	0,68	0,05	
	Susubres	0,56	0,02	
1854	Cuadrilla del Monte	0,12	0,8	
1855	Puntarenas		0,8	
	Barranca	0,4	0,8	
1864	Angostura	1,2	0,17	0.36 barriles y 0.5 bot.
	Pacuare	0,66	0,8	0.13 barriles
	Rancho	0,64	0,8	
1865	Angostura	4	0,2	0.15 barriles
	Cacao	0,78	0,13	0.01 barril
	Calvario	2,22	0,8	0.03 botellas
	Pacuare	0,58	0,8	0.2 barriles
1866	Angostura	0,98	0,9	
	Cacao	0,36		
	Calvario	0,82	0,04	
	Pacuare	0,68	0,8	

Fuentes: ANCR. Fomento, 1850-1869.

La alimentación básica de estos hombres, como la de los obreros que laboraban en otros lugares del camino, consiste en maíz, frijoles, sal y dulce, y en ocasiones algo de carne (véase Cuadro 1-4). Lo curioso es que el café no se contabiliza en los registros de víveres, lo que hace más difícil seguir su rastro para determinar la ingesta de café promedio por grupo humano, y esta ausencia se

explica porque no es considerado en los formularios de contabilidad de la Junta de Caminos, por lo menos en 1849.

## CUADRO 1-4

Promedio de alimentos consumidos en El Presidio, La Boca  
Jesús María y Susubres en 1844

Lugar	Fecha	No. peones	Alimentos					
			frijoles	maíz	dulce	sal	carne	arroz
Presidio	dic. 44	28	1 cajuela	3 cajuelas	½ atado	2 libras		
La Boca	Set. 44	24	1 1/4 cajuela	2 1/4 cajuela	½ atado	2 libras		
Jesús Ma.	Nov. 44	22	1 cajuela	2 cajuelas		1 libra		
Susubres	Nov. 44	25	1 cajuela	2 cajuelas	12 atados	1 libra	17 libras	1 libra

Fuente: ANCR, Serie Fomento, No. 3892, ff.1-14, 1844. Ibid., No. 3763, f. 4, 1844. Ibid., No. 1759, ff. 16-88, 1844.

Ciertamente, al iniciarse la segunda mitad del siglo XIX, el café se suple con extrema frecuencia aunque no tan sistemáticamente a juzgar por los reclamos hechos en 1864 tanto por los trabajadores del Jesús María como por los que laboran en Angostura. Insisten sí, en que el café que se va a ofrecer, logre llegar a su destino sin rastros de descomposición, pues los trechos que debe andar el acarreador son en extremo difíciles y extensos, lo que provoca en muchas ocasiones que los alimentos se mojen o se corrompan en el camino. Para evitar esto particularmente con el café, a todas luces importante para mantener la tranquilidad en los campamentos, Jesús Bonilla pide desde Angostura que

“en la sucesión para mandar aquí el café molido comprará una media docena de tarros de fierro en los cuales suelen traer del extranjero el agua ras, pero antes de llenarlos con café los mandará lavar bien para quitarle el mal olor que tienen”.<sup>100</sup>

No se mencionan en las fuentes consultadas las consecuencias que pudo haber tenido en los estómagos de los trabajadores tomar café contaminado de aguarrás. En todo caso, se recibía también café en grano que era procesado en Angostura. En noviembre de 1864 fueron favorecidos con un molinete para café que hacía más fácil la tarea y a partir de entonces, con más frecuencia, llega café en grano que es tostado en fogatas improvisadas y en comales de hierro y molido en el lugar por mujeres contratadas especialmente para esta labor. En enero de 1866 reciben, además de dos

molinetes, más, un tostador de café<sup>101</sup>, lo que definitivamente hace más sencillo el proceso y asegura una mejor calidad de café.

A partir de ese año, especialmente en la zona atlántica del país, se empieza a ofrecer a los peones aguardiente en cantidades considerables, además del café y del dulce. En Angostura, por ejemplo, en 1864, se ingiere un promedio de tres tazas de café al día pero paralelamente, cada peón consume poco más de un cuarto de barril de aguardiente y media botella de licor. Al año siguiente el número de tazas de café diarias se triplica y disminuye en un 50% la ingesta de aguardiente. La situación en la zona no era sencilla, los accidentes eran constantes, las enfermedades frecuentes, el calor agotador y la lluvia no cesaba haciendo más difícil la estadía; y el alcohol permitía mantener a los hombres distantes de la realidad que les tocaba vivir entre tanto el café, bajaba los efectos de la embriagues y les permitía entonces estar alertas para efectuar las tareas. La necesidad del alcohol es cada vez mayor, tanto que en diciembre de 1864, el responsable de la solicitud de víveres, remite una nota a los encargados en San José, donde advierte la urgencia de recibir el líquido pues señala con toda claridad que “el aguardiente es indispensable para la gente”<sup>102</sup> que trabaja en la región. La apreciación era compartida por los jefes residentes en San José pues para junio de 1866 envían a Angostura 70 botellas semanales de aguardiente para ser consumidas entre 53 peones<sup>103</sup>, o sea, cada uno tenía a su haber poco menos de un cuarto de botella por día. En los meses siguientes el remeso de este estimulante aumenta a más de media botella diaria, suficiente para turbarlos durante un tiempo prolongado.

Los jefes de cuadrilla en Angostura, tenían una dieta distinta, ellos comían tocino, sardinas, se deleitaban con cacao, que ya llegaba molido, y vino de burdeos, entre otros manjares<sup>104</sup>. Los peones, entre tanto, reciben tres estimulantes básicos: café, aguardiente y tabaco. En junio de 1865 nuevamente Jesús Bonilla envía una nota a San José solicitando “tabaco de breha [porque] hace mucha falta en la montaña” pues las existencias estaban a punto de acabarse y la “abstinencia” podría provocar malestar entre los hombres. La ingesta de licor y el consumo de tabaco eran las únicas “diversiones” a las que podían aspirar los trabajadores de Angostura, mientras conversaban, practicaban juegos de mesa o discutían hasta los golpes, favorecidos por los efectos del alcohol. El café servía entonces para disminuir las consecuencias del licor.

Ante este panorama, es comprensible que la falta de cualquiera de los tres estimulantes conduzca a manifestaciones de inconformidad, pero el dulce, que no funciona como bebida

embriagante ni como excitante, también provoca altercados en la década de 1860<sup>105</sup>; en ese momento se gasta un atado por cada 20 hombres promedio<sup>106</sup>. La poca cuantía se debe a que ya la tapa de dulce no se usa para hacer aguadulce sino para endulzar el café que, como se ha mencionado, se toma en cantidades importantes. Raimundo Bogantes, escribe una carta a los proveedores el 24 de enero de 1866 exponiendo que “no hay dulce y [los obreros igual que los jefes de cuadrilla y del campamento] tienen que conformarse con tomar café sin dulce”<sup>107</sup>.

El dulce, no obstante, se gasta con profusión, “cuatro atados de dulce y cuatro libras de carne alcanzan para cuatro días”<sup>108</sup> debido al número de operarios por una parte y por otra a que las condiciones climáticas de la montañosa región de Angostura, provoca la descomposición de los alimentos, por eso Raimundo Bogantes le solicita al comprador de víveres en San José en mayo de 1866 lo siguiente:

“Sírvese U. de no comprar por dos semanas dulce por haber suficiente aquí y con el tiempo húmedo se pierde mucho.”<sup>109</sup>

## CONSTRUCCIÓN DEL FERROCARRIL Y CONSUMO DE CAFÉ

La distribución del café es mayor cuando inicia la construcción del Ferrocarril al Atlántico en la década de 1870. En efecto, durante la trazado de la vía férrea que comunicaría San José con Limón, la presencia del café es notable entre los distintos grupos étnicos que participan en los trabajos. De esta manera, desde 1873, tanto los ingenieros, quienes ocupan el lugar más alto dentro de la Costa Rica Railway Company, como los oficiales y mecánicos, lo mismo que los peones -último escalón en la estructura jerárquica de la empresa- reciben diariamente importantes cantidades de café<sup>110</sup>. No obstante, las opciones alimenticias se establecen según esta división: los primeros reciben además de café, té, ron fino, brandy y vino tinto, guisantes, papas, frutas diversas, nacionales y extranjeras, aceite de oliva, vinagre, leche, langostas, ostras, etc. todo esto es servido en escudillas de vidrio y vajillas de loza. Los segundos tienen a su haber “carne de res fresca y salada, carne de cerdo salada, manteca, frijoles, arroz, plátanos, yuca, papas, cebollas, vinagre, encurtidos, pimienta”<sup>111</sup> y también varias opciones de bebidas: ron, té, café y dulce. Este último producto no está presente en la dieta de los ingenieros, pero sí entre los oficiales y mecánicos que están en los campamentos, y entre los peones. Estos últimos tienen igual, carne de res fresca y salada, papas, frijoles, pan, café, manteca, galletas, bacalao y dulce<sup>112</sup>. ¿Cuánta cantidad ingieren de cada alimento?

Un acercamiento a la respuesta se obtiene de una lista de comida que envía la proveeduría de Cartago entre el 12 de abril y el 6 de mayo de 1873, al campamento dos (véase el Cuadro 1-5), el encargado de la construcción de parte de la línea entre Angostura y Cartago, y que se ubica en Orosi<sup>113</sup>. En este lugar se albergaban 150 trabajadores y se les suministran 102 libras de café en esos 24 días, de manera que cada trabajador consume por día 0,45 onzas de la bebida, un promedio de una taza y cuarto. Las cantidad de té asignado -10 libras- hace suponer que es poco apetecido, no obstante la cuantía de dulce señala que se trata de un producto apreciado. Una parte se usaría para endulzar pero otra, probablemente para ser tomada en forma de aguadulce. Se gasta por cada uno de los obreros, en 24 días, más de dos libras de dulce diarios.

Los chinos, por su parte, que suman cerca de 653 hombres, reciben en ese mes 140 libras de café y al contrario de los costarricenses, no tienen dulce dentro de sus alimentos. Su dieta es a base de arroz y papas y a lo sumo, el café es suficiente para ingerir 0.14 onzas cada uno por día, lo que constituye menos de media taza. Los italianos en cambio, contratados por Minor Keith "para ser ocupados en la construcción del Ferrocarril del Estado"<sup>114</sup>, se les promete en el acuerdo de ingreso, dotarlos de una onza y media de café al día, repartido entre el desayuno, el almuerzo y la cena, que finalmente sustituiría el vino y la cerveza<sup>115</sup> -un cuarto menos de cuatro tazas-(véase el Cuadro 1-6).

La ausencia de café provoca manifestaciones de inconformidad entre los italianos, de manera que en agosto de 1888, en una misiva que remite Joaquín Bernardo Calvo, entonces Jefe de la Oficina Central del Registro Civil, al Secretario de Estado Pedro Pérez Zeledón, reseñando la situación presentada con los trabajadores europeos, advierte:

"Mas tarde, estando en un lugar adelante, me llegó la noticia de que en Buena Ventura no querían los italianos salir al trabajo después del almuerzo porque decían que no se les había dado café. Regresé inmediatamente y me manifestaron dos de ellos que eran los que hablaban, que el café era producto del país, y no había razón para que faltara, si no era por descuido del proveedor. Pregunté al proveedor qué había del asunto y manifestó que la falta dependía de que no había llegado a "Juan Viñas" el café pedido, por motivos independientes del Comisariato"<sup>116</sup>.

De manera que a juzgar por lo expuesto por el Ministro Calvo, la ausencia de café resulta uno factores fundamentales que conduce a la inconformidad del grupo de italianos. Se podría explicar esta molestia por dos razones: es posible que en su país de origen acostumbraran esta bebida y por tanto tenían el hábito, su ausencia conduce a la insatisfacción de una necesidad. Por otro, quizá la dosis de

café a la que habían sido sometidos desde su ingreso al país, afianzó la costumbre y por tanto reclaman este considerado derecho.

**CUADRO 1-5**  
**Distribución de alimentos entre los empleados de la Costa Rica Railway Company (1873-1888)**

**GRUPOS SOCIALES**

Peones de la UFCO (150) 1873	Chinos (653) 1873	Italianos 1888 (700)
12 abril al 6 de mayo	12 abril al 6 de mayo	diarios
2,055 libras de carne	3300 libras de arroz	3 onza de dulce
2891 libras de papas	1532 libras de papas	1½ onzas de café
1665 libras de pan	394 libras de pan y galletas	8 bollos de pan
727 libras de arroz	2 barriles de manteca	8 onzas de arroz o frijoles
549 libras de dulce	140 libras de café	8 onzas de carne, manteca y sal suficiente
159 libras de frijoles	300 libras de bacalao	
475 libras de galletas		
120 libras de bacalao		
102 libras de café		
17 libras de cebolla		
10 libras de té		

Fuente: Casey Gaspar, Jeffrey. "El ferrocarril al atlántico en Costa Rica. 1871-1874". En: *Anuario de Estudios Centroamericanos*. San José (Costa Rica), No.2, 1976, p. 321. ANCR. Serie Fomento, No. 1577, f. 191. *El Ferrocarril*, San José, 14-9-1872.

Ya en las primeras décadas del siglo XX, cuando la United Fruit Company desarrolla sus actividades en Limón, en los comisariatos se vende el café molido o en grano, de calidad de exportación. En los campamentos, diariamente los trabajadores de la compañía bananera y fincas aledañas, especialmente los costarricenses y nicaragüenses, reciben una dosis suficientemente alta como para mantenerlos alerta. En tal sentido lo expone Carlos Luis Fallas en el siguiente párrafo:

"A las cinco de la mañana los trabajadores eran levantados por el llamado de una campana; se pasaba lista y luego se servía un desayuno rápido compuesto de café caliente y una tajada de pan. A las seis de la mañana se comenzaba a trabajar. A las nueve de la mañana los trabajadores recibían un almuerzo compuesto de arroz, frijoles, pan y café. El trabajador se reasumía

hasta las tres de la tarde cuando se servía la cena, compuesta de sopa, un poco de carne, frijoles o arroz y camote. A las seis de la tarde recibían un poco de sopa de verduras, café caliente, galletas o pan<sup>117</sup>.

**CUADRO 1-6**  
Horarios alimenticios en el Hospital San Juan de Dios  
y en la Costa Rica Railway Company (1878-1888)

GRUPOS SOCIALES			
HORARIOS	Peones de la UFCO 1878	Hospital San Juan de Dios 1883	Italianos 1888
Desayuno: (6:30 a.m.)	Café caliente	Café, té o Chocolate	1 onza de dulce
	pan	Pan	½ onzas de café
			2 bollos de pan
Almuerzo (9:30 a.m.)	arroz	Caldo	1 onza de dulce
	frijoles	Carne	½ onza de café
	pan	legumbres	3 bollos de pan
	café	2 tortillas	4 onzas de arroz o frijoles
		postres	8 onzas de carne, manteca y sal suficiente
Comida (3 p.m.)	sopa	carne	1 onza de dulce
	carne	arroz	½ onza de café
	frijoles o arroz	dos tortillas	3 bollos de pan
	camote		8 onzas de carne
			4 onzas de arroz o frijoles
			sal y manteca suficiente
Cena (9 p.m.)	sopa de verduras	café, té o chocolate	
	café caliente	Pan	
	galleta o pan		

Fuente: Estatuto del Hospital San Juan de Dios y lazareto. San José, 20 de junio, 1883, p. 4. Aguilar Bulgaretti, Oscar. *La huelga de los tótiles 1887-1889. Un capítulo de nuestra historia social*. San José: EUNED, 1989, p. 28. Quesada Monge, Rodrigo. "Ferrocariles y crecimiento económico: el caso de Costa Rica Railway Company, 1871-1905". En: *Anuario de Estudios Centroamericanos*. San José (Costa Rica), Vol. 9, 1993, p. 98.

La presencia del café en Limón se explica también por la residencia en ese lugar de población

procedente de Jamaica, país tradicionalmente productor y consumidor de café.

Entre tanto, el café forma parte de la dieta de los pacientes en el Hospital San Juan de Dios. Se sirve café a los enfermos dos veces al día, al desayuno a las 6:30 a.m. y en la cena, a las 9 p.m., acompañado en ambos tiempos con pan; así lo dicta el Estatuto de ese centro hospitalario aprobado el 20 de junio de 1883, aunque la disposición aclara que se proporciona a los pacientes “café, té o chocolate”, de modo tal que las bebidas siguen compartiendo el espacio pero en este caso el aguadulce no está considerado<sup>118</sup>.

## LOS BENEFICIOS Y EL CONSUMO

Los beneficios donde se procesa el café, son también lugares de venta del grano para consumo nacional. Estos lugares, que surgen desde la década de 1840, se concentran cerca del área de producción y están en manos de una élite de beneficiadores que no superan nunca las dos centenas de personas. Estos empresarios compran el café que cultivan los pequeños productores ubicados a sus alrededores y se alimentan algunos de los rendimientos de sus propias haciendas.

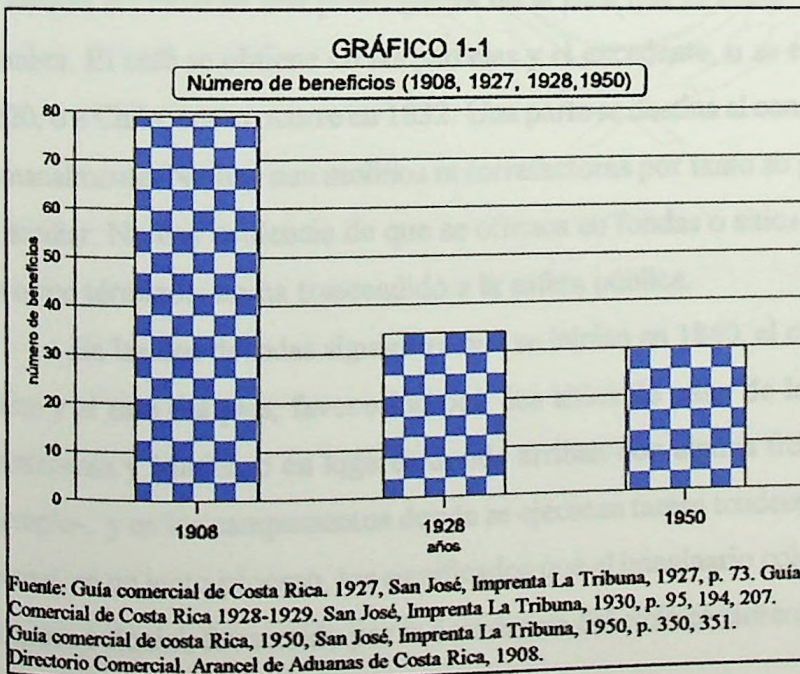
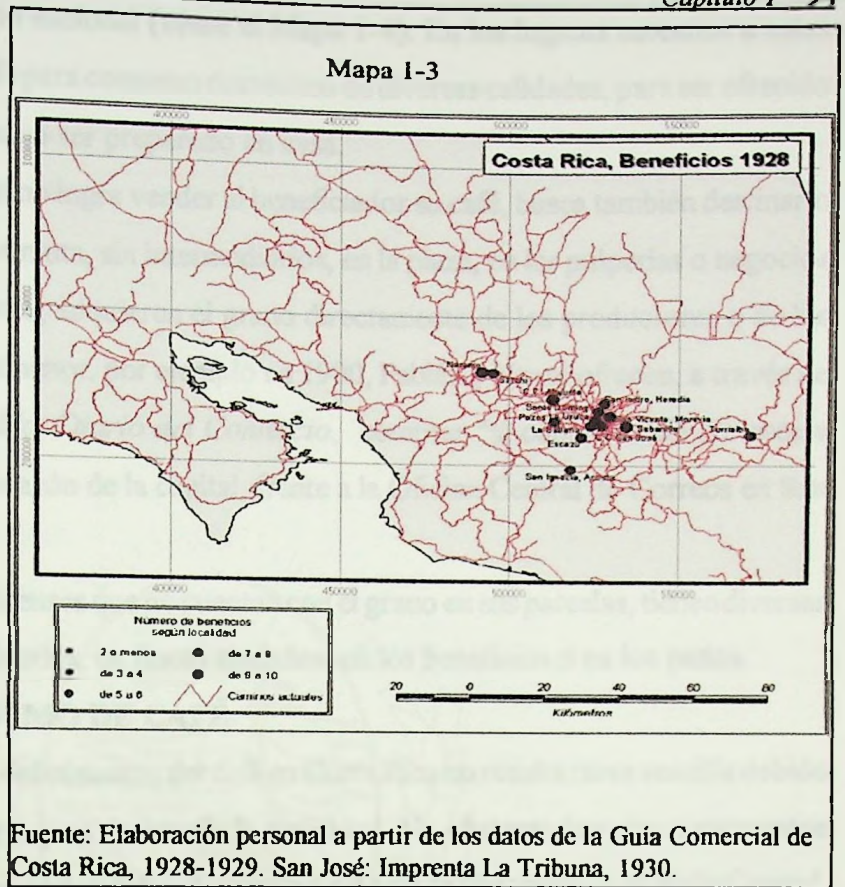
Los requerimientos de calidad que exige el mercado internacional, los conduce a recibir únicamente un producto de primera o de segunda. El grano denominado tercerilla o triache, o no se admite o se deja para el consumo interno. De hecho, desde que comienza el negocio del café, según afirma el Lic. Manuel Aguilar en un documento que publica en Guatemala fechado en 1842, en las haciendas o sitios de procesamiento, “los granos dañados ó quebrados, y á esta se dá el nombre de triache o café de tercera, la cual á la vista parece mala, pero no siéndolo en su esencia, regularmente se conserva para el consumo de la hacienda...”<sup>119</sup>

Conforme los beneficios aumentan su capacidad de procesamiento a finales del siglo XIX y principios del XX, se tornan más estrictos respecto al grano que reciben. “La empresa Tournón, por ejemplo, en San José, exigía de sus clientes un café “en fruta, bien maduro, sin basura, ni verde, ni helado, ni fermentado, y a entera satisfacción de Hipólito Tournón y Cía.”<sup>120</sup>

Los beneficiadores dueños de pequeñas procesadoras por lo general admiten el café de tercera, pero lo paga a precios muy bajos. Este tipo de café, que no se envía al exterior, posiblemente lo comercializa localmente. Algunos beneficiadores en pequeña escala incluso promocionan el producto directamente a través de volantes, listo para ser molido en casa y de buena calidad, así lo propone Norberto Arrieta en Alajuela en el año 1900 en una hoja que hace circular en el cantón central de esa

provincia donde garantiza un “café por su excelencia y solicitando se le pruebe y compare con otros á fin de que resalten sus cualidades sin rival.”<sup>121</sup> (véase foto 1-1) procesado en su beneficio ubicado en San Rafael de Alajuela.

De esta manera, los beneficios se convierten en un espacio de distribución de café de diversas calidades para el consumo interno, aunque su actividad está fundamentalmente dirigida al comercio internacional.



El número de beneficios tiende a disminuir al despuntar el siglo XX, como lo dibuja sin reservas el Gráfico 1-1, debido a que se concentran en pocas manos, pero los que se mantienen y surgen, mejoran su capacidad de procesamiento y se ubican de manera tal que comprenden buena parte de la región central del país, por lo menos en 1928 (véase el Mapa 1-3). Dos décadas después, hay

beneficios en casi todo el territorio nacional (véase el Mapa 1-4). En los lugares cercanos a estas empresas, se logra conseguir un café para consumo doméstico de diversas calidades, para ser ofrecido en pulperías, cafeterías, restaurantes o ser preparado en casa.

El campesino, entre tanto, si no logra vender al beneficiador su café, busca también destinarlo al consumo interno a través de la permuta, sin intermediarios, en la plaza, en las pulperías o negocios cercanos similares. Algunas personas, adquieren el grano directamente de los productores o de los beneficiadores, y lo enajenan al pormenor, por ejemplo en 1900, Fabián y Nauté ofrecen, a través de un anuncio publicado en *El Heraldó, Diario del Comercio*, comprar “al contado café de tercera clase” y ubican su negocio en el corazón de la capital, frente a la Oficina Central de Correos en San José.<sup>122</sup>

De esta manera, los costarricenses que no cuentan con el grano en sus parcelas, tienen diversas alternativas para adquirirlo: en pulperías, en fincas aledañas, en los beneficios o en los patios.

### PERIODIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ

Realizar una periodización del consumo del café en Costa Rica no resulta tarea sencilla debido a la heterogeneidad con la que surge y se desarrolla la actividad. No obstante hay cinco momentos importantes. De 1820 a 1840 aproximadamente, el consumo del café se concentra en el Valle Central, cuna de la producción y en el espacio doméstico. El grano, que antes del inicio de la producción en la década de 1810 es una prerrogativa de la elite que lo compra, se empieza a popularizar con la siembra. El café se obtiene en las parcelas y el excedente, o se exporta a Panamá, como sucede en 1820, o a Chile, como ocurre en 1832. Una parte se destina al consumo interno y se ofrece en la plaza semanalmente. No hay aun molinos ni torrefactoras por tanto su preparación es una labor doméstica y familiar. No hay evidencia de que se ofrezca en fondas o sitios de venta de alimentos preparados; en otros términos, no ha trascendido a la esfera pública.

En las dos décadas siguientes que se inician en 1840, el café comienza su expansión hacia el oeste y el este del país, favorecido por los sitios de paso de las carretas rumbo a los puertos de Puntarenas y Matina o en lugares donde arriban con alguna frecuencia los turistas -Sarapiquí por ejemplo-, y en los campamentos donde se ejecutan tareas tendentes a la apertura de caminos. El café asume, en un lento proceso, los significados que el imaginario colectivo le atribuía al chocolate desde la época colonial, favorecido por la decadencia del ciclo cacaotero y los altos costos de este producto para la mayoría de la población.

Es una bebida curativa y preventiva de enfermedades. Se le ingiere para evitar las fiebres particularmente entre los trabajadores de caminos. Además, a diferencia del alcohol, estimula a los braceros en tanto los mantiene atentos en sus tareas y les proporciona la energía para actuar con eficiencia.

En la década de 1840 y hasta 1860, el consumo de café no solo se expande geográficamente alcanzando a Limón, en el este, a Puntarenas y sectores cercanos -San Mateo, Atenas y Orotina- en el oeste, e incluso ocasionalmente se le encuentra en Guanacaste y San Carlos, aunque no llega a la zona sur del país, sino que además empieza a trascender la dimensión privada. Para entonces, se le encuentra en fondas y restaurantes ubicados en los principales caminos, únicas vías de acceso del puerto de Puntarenas hacia el Valle Central.

Después de 1860 y hasta 1890, el café se encuentra ya, además de establecido en el espacio doméstico del Valle Central, en pulperías, hoteles, posadas, restaurantes y cafeterías que empiezan a surgir; en otros términos, principia y consolida su expansión hacia la dimensión pública. En esos años no hay fábricas de café, ni molinos ni torrefactoras y el grano se supe desde los beneficios hacia los sitios de venta -pulperías- o se adquiere directamente en la parcela, propia o ajena -por medio del trueque o el pago en efectivo-. Las pocas personas que tuestan café para la venta, se concentran en unas cuantas pulperías que además se dedican al expendio de otros artículos. Las tostadoras de café no satisfacen la demanda del grano, lo que obliga a que la materia prima para elaborar la bebida estimulante, sea procesada en casa, en la mayoría de los casos, o en los pocos lugares de expendio al público -pulperías-.

Foto 1-1

A los  
consumidores de



Me permito llamar su atención acerca de la calidad de este *Café* que yo cultivo y beneficio en San Rafael de Alajuela, bajo las mejores condiciones y los procedimientos más perfeccionados. Algunos importadores y consumidores han dado en creer que la calidad del café depende exclusivamente del tamaño del grano, es decir, que el café más grande es el mejor. Este es un error que debe disiparse cuanto antes, para beneficio de los consumidores y aún de los productores. Sobradamente se sabe que depende del clima, del terreno y la edad de la planta el que el grano salga más ó menos grande. Debè pues, tomarse en consideración el *aroma* y el *gusto* para determinar la bondad, el valor y el buen nombre del café, aunque el grano sea pequeño.

Repito garantizando mi café por su excelencia y solicitandó se le pruebe y compare con otros á fin de que resulten sus propiedades sin rival.

SAN RAFAEL DE ALAJUELA (COSTA RICA), enero de 1900.

**Norberto Arrieta Fuentes.**

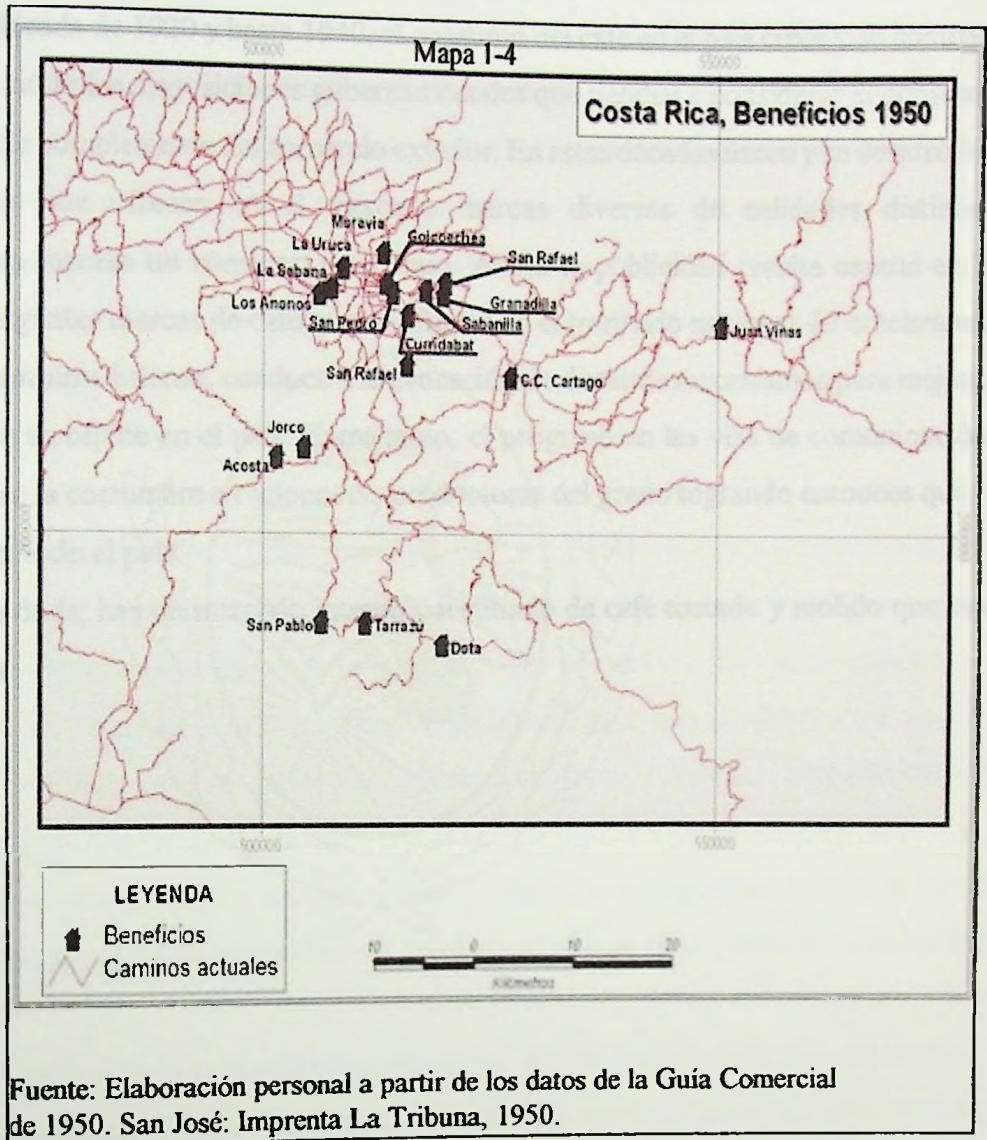
Tipografía de Sibaja, Alajuela, C. R.

Para finales del siglo XIX, el café está presente en la región del Valle Central Occidental y en Turrialba. Ambas áreas, pero especialmente la primera mencionada, son pobladas por campesinos del Valle Central que se desplazan en un proceso de colonización, lo que indicaría que ya están acostumbrados a

la bebida y sienten la necesidad de procurárselo a través de la siembra directa en las parcelas que habilitan para el cultivo. El consumo de café, genera un sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses, se ha convertido en una bebida de rigor en el ritmo de alimentación diaria. Ocupa el lugar de honor en el desayuno y ocasionalmente

también en la merienda vespertina. Se le atribuyen efectos apropiados para el desenvolvimiento físico de los consumidores: despierta, proporciona energía y buen ánimo.

De 1890 a 1920, surgen y proliferan fábricas de café, - molinos- que desarrollan un sistema de mercadeo para el consumo interno de la bebida, de manera que el café se expande por todo el territorio nacional pero de una calidad cuestionable en extremo, como se verá en el capítulo 2. En este



momento, la publicidad juega un papel importante en la expansión de la costumbre. Los diversos molinos compiten entre sí por la captura de compradores. Igualmente, la promoción es uno de los elementos fundamentales para las "cafeterías" que proliferan ya en este período. Sin duda, el café se ha consolidado, tanto en el hogar como en el espacio público, es la bebida de la sobriedad.

A partir de la década de 1920 y hasta 1940, el consumo del café en el país crece y se controla su calidad a través de múltiples disposiciones gubernamentales que tienden a considerar el consumo interno como un posible complemento del comercio exterior. En estas décadas nacen y se desarrollan diversas torrefactoras que ofrecen en el mercado marcas diversas de calidades distintas, promoviéndose de esta manera un consumo conspicuo. Ahora la publicidad resulta central en la promoción de las divergentes marcas de café que se ofrecen en el territorio nacional. El crecimiento de la población y del consumo interno, conduce a la evocación de distintos mecanismos para mejorar la calidad del café que se ofrece en el país. Entre tanto, el progreso en las vías de comunicación, permite la expansión de la costumbre a regiones no productoras del grano logrando entonces que el café sea consumido en todo el país.

Para 1940, sin duda, hay un mercado interno constituido de café tostado y molido que está en franco crecimiento.

## CONCLUSIONES

El consumo del café en Costa Rica empieza al despuntar el siglo XIX, aún antes de que el grano logre colocarse en el mercado internacional, y se concentra en un minúsculo grupo, particularmente entre los sectores que ocupan una posición social y/o política destacada en la provincia. El café es al inicio un artículo de lujo, pero con el estreno de la siembra y su rápida expansión, la costumbre de consumir café se expande entre los diversos sectores de la población. Su consumo se generaliza en particular, en las regiones donde se cultiva el grano pero se expande geográficamente por la acción de transeúntes nacionales y extranjeros y por la apertura de nuevas zonas de colonización donde habitan, de manera permanente o temporal, grupos sociales procedentes de la Meseta y consumidores del estimulante.

El café comparte el espacio en el ritmo de alimentación diaria con dos bebidas tradicionales, el aguadulce y el chocolate. El primero no es un estimulante pero es económicamente accesible y fácil de preparar. El segundo es cada vez más difícil de conseguir y su precio aumenta de manera que se convierte en la bebida de "los notables". El chocolate se convierte en una bebida costosa, tanto por su precio como por su preparación mientras que el café tiene una presencia cada vez más asidua y se logra obtener con mayor facilidad y con un desembolso económico que no representa un alto porcentaje de los ingresos. Esto conduce a que el chocolate se convierta en la bebida de los momentos especiales, de las reuniones familiares o vecinales, con la que se agracia a los invitados y además los anfitriones muestran complacencia y en alguna medida, status -tienen capacidad para adquirir un producto fausto-. El café, entre tanto, se convierte en la bebida cotidiana, en necesaria e indispensable, común.

Entre tanto, la expansión de la costumbre de consumir café en las distintas zonas del territorio no es homogénea. Todo parece indicar que la cuna de la producción es también el centro del consumo desde donde se expande hacia las diversas regiones gracias a la acción de transportistas, colonizadores, viajeros y trabajadores temporales en la apertura de caminos y vías de acceso hacia los puertos de embarque del producto.

Ciertamente, el consumo del café surge en el Valle Central pero se extiende en poco más de dos décadas a la mayor parte del territorio en mucho porque los pobladores de esta región se desplazan en un proceso de colonización, a las zonas más alejadas llevando consigo el hábito del café,



tanto que en las parcelas recién abiertas, lo siembran para el consumo doméstico de manera que no falte el estimulante que de otra manera no pueden adquirir.

En efecto, los transportistas del grano enajenan parte de su carga en los negocios ubicados a lo largo del camino hacia Puntarenas donde es demandado por foráneos que visitan el país acarreado también la costumbre, de larga tradición en sus naciones de origen, de tomar café. Los posaderos entonces se ven obligados a ofrecer la bebida cada vez con mayor frecuencia.

Entre tanto, los transeúntes nacionales, igual que los extranjeros, conducen el café a distintos lugares llevando consigo la provisión que pretenden ingerir durante el viaje y posiblemente compartiéndolo con los vecinos de los lugares que visitan.

Por su parte, los trabajadores que laboran en la apertura de caminos, son consumidores asiduos del estimulante que se les proporciona en buena cantidad para aumentar su eficiencia, por una parte, y para disminuir los efectos del alcohol por la otra, que también tomaban en cuantías importantes.

Estos hombres muestran y esparcen la costumbre entre la población circunvecina a los campamentos de trabajo y enseñan además la forma de preparación, especialmente a las mujeres quienes son contratadas para efectuar la tarea.

## CITAS

1. Consumo interno del café en Centroamérica. Período 1988/1989 y 1995/1996. Crystal-InfoCenter basado en datos del Consejo Salvadoreño del Café, con base a cifras de documento OIC, EB 3535/95 (E)
2. Información obtenida en <http://www.fonae.gov.mx/areas/comercio/cafe/port3.htm> tomado del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos y la Organización Internacional del café.
3. Sánchez, Alexander. Presidente de la Cámara de Torrefactores. Entrevista. 9 de setiembre, 1999. Costa Rica ocupó en 1994, el segundo lugar a nivel mundial con 4.328 kilos por año per cápita. Santoyo Horacio. Sist. Agroinds. de café en México, 1994
4. Nos referimos a las siguientes obras: Wagner, Moritz y Scherzer, Carl. *La República de Costa Rica en Centroamérica*. San José: Imprenta Lehmann, 1944. Stephens, John. *Incidentes of Travel in Central America, Chiapas and Yucatan*. 2 Vol. New York: DOVER Publications, Ind., 1969. Fernández Guardia, Ricardo. *Costa Rica en el siglo XIX. Antología de Viajeros*. San José: EDUCA, 1982. Zeledón Cartín, Elías. *Viajes por la República de Costa Rica*. 3 Vol. San José: Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, 1997.
5. Se trata de la compilación de Zeledón Cartín, Elías. *Imágenes costarricenses*. San José: EDUCA, 1994. Ramos, Lila. *Júbilo y pena del recuerdo*, 1965. Son útiles las remembranzas de Tristán, Fidel. *Baratijas de Antaño*. San José: Editorial Costa Rica, 1966. Sancho, Mario. *Memorias*. San José: Editorial Costa Rica, 1961. Argüello Mora, Manuel. *Obras literarias e históricas*. San José. Editorial Costa Rica, 1961.
6. Básicamente nos referimos a Echeverría, Aquileo. *Conchertas*. San José: Editorial Costa Rica, 1995. Y a González Zeledón, Manuel. *Cuentos de Magón*. San José: Editorial Costa Rica, 1994.
7. Vallecillos, Rocío. *La dinámica del comercio en la provincia de Costa Rica 1760-1800*. Tesis de Licenciatura en Historia. San José: Universidad de Costa Rica, 1997, p. 66.
8. Archivo Nacional de Costa Rica. Serie Complementaria Colonial. No. 3439, 1791, ff. 82-83.
9. ANCR. Serie Cartago. No. 1084, 1808, f. 165 v.
10. Sobre los orígenes del cultivo del café en América Latina, véase: Ukers, William. *All About Coffee*. New York, 1922. Cambranes, Julio. *Café y campesinos. Los orígenes de la economía de plantación moderna en Guatemala, 1853-1897*. Madrid: Catriel, 1996, pp. 21-28. Ya en 1753 se producían 70 000 quintales de café en Haití, 112 000 en La Martinica y 2 948 en Guadalupe.
11. La discusión sobre la emulación, es ampliamente tratada por Campbell, Colin. "Undertanding traditional and modern patterns of consumption in eighteenth-century England: a character-action approach". In: Brewer, John y Porter, Roy. Ed. *Consumption and the World of Goods*. Ed. John Brewer & Roy Porter. London: Routledge, 1994, pp. 40-43. Igualmente, es tratado en Slater, Don. *Consumer Culture & Modernity*. Great Britain: Polity Press, 1997.
12. El café es un producto perenne, y quienes lo cultivan no obtienen la primera cosecha plena sino hasta unos cinco años después de plantarlo. Sobre este tema véase: Samper, Mario, Roseberry, William y Gudmundson, Lowell (compiladores). *Café, sociedad y relaciones de poder en América Latina*. Heredia: EUNA, 2001, p. 37.
13. ANCR. Serie Complementaria Colonial. No. 3209 y 3223, 1820, f.1.
14. Ibid., f. 41.
15. Hale, John, en Fernández Guardia, Ricardo. *Costa Rica en el siglo XIX. Antología de Viajeros*. San José: EDUCA, 1982, p. 21

16. Jiménez, Manuel de Jesús. *Selecciones*. San José: Editorial Costa Rica, 1964, p. 72.
17. Hall, Carolyn. *El café y el desarrollo histórico-geográfico de Costa Rica*. San José: Editorial Costa Rica, 1982, p. 49.
18. Chacón Trejos, Gonzalo. *Tradiciones costarricenses*. San José: Editorial Costa Rica, s.f., p. 12.
19. "Heredia, ciudad aristocrática e imperial, en la aurora de la Independencia". En: *Album de Granados*. Tomo VI, pp. 117-119.
20. Gudmundson, Lowell. *Costa Rica antes del café*. San José: Editorial Costa Rica, 1993, p. 15.
21. Jiménez Manuel de Jesús, op., cit., p. 47. Igual información se encuentra en *Revista de Costa Rica en el siglo XIX*. Tomo I. San José. Tipografía Nacional, MCMII, p. 118.
22. Avila Bolaños, Olger. *La sociedad económica itineraria de Costa Rica, 1843-1854*. Tesis para optar al grado de Licenciado en Historia. UCR, 1971, p. 220.
23. Hall, op., cit., p. 38.
24. Ibid., p. 16.
25. Robert Glasgow Dunlop. En: Fernández Guardia, op., cit., p. 113.
26. Samper, Mario. *Generations of Settlers*. Westview Press, Boulder, 1990, p. 210.
27. Ibid., p. 212. El subrayado es nuestro.
28. Browning, David. *El Salvador la tierra y el hombre*. Ministerio de Cultura y Comunicaciones. En Salvador, 1987, p. 261. El subrayado es nuestro.
29. Ibid., pp. 263-264. El subrayado es nuestro.
30. Cambranes, op., cit., p. 22.
31. McCreery, David. *Rural Guatemala 1760-1940*. California: Stanford University Press, 1994, p. 209, 216.
32. Fallas, Carlos Luis. *Marcos Ramírez*. San José. Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1995, p. 50.
33. Oficina General de Estadística y Censos. *Anuario Estadístico de Costa Rica*. San José, 1883, p. 35.
34. ANCR. Serie Congreso, No. 3505, 1896, f. 1.
35. Acta. Instituto de Defensa del Café de Costa Rica. 19-7-1935, f. 123.
36. Jiménez, Manuel de Jesús, op., cit., p. 32.
37. León Villalobos, Edwin. *Fiestas escandalosas en la Cofradía de los Angeles (1782)* s.f. sin pie de imprenta. Citado por Ross de Cerdas, Marjorie. *Al calor del fogón*. San José: Editorial Cultur Art, 1986, p. 33.
38. Ross., op., cit., p. 34.

39. Chacón Trejos, Gonzalo. *Tradiciones costarricenses*. San José: Editorial Costa Rica, 1936, p. 8.
40. Zeledón, Manuel, op., cit., p.86.
41. Ramos, Lilia. *Júbilo y pena del recuerdo*. San José: Editorial Costa Rica, 1965, p. 258.
42. Heredia, ciudad aristocrática e imperial, en la aurora de la Independencia. En: *Album de Granados*. Tomo 6, pp. 117-119
43. Zeledón Cartín, Elías. *Imágenes costarricenses*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1994, p. 28.
44. Zeledón Cartín, Elías (comp.). *Viajes por la República de Costa Rica*. Tomo II. San José, Editorial de la Dirección de Publicaciones Museo Nacional de Costa Rica, 1997.
45. Acuña, José Bacileo. "Mi vecindario." En: Ramos, Lilia. *Júbilo y pena del recuerdo*. San José: Editorial Costa Rica, 1965, p. 272.
46. García Monge, Joaquín. *El Moto*. San José: Editorial y Distribuidora Centroamericana, 1969, p. 16.
47. Cardoso, Ciro y Pérez, Héctor. *Centro América y la economía occidental (1520-1930)*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1977, p. 121.
48. González, Yamileth. *Continuidad y cambio en la historia agraria de Costa Rica*. San José: Editorial Costa Rica, 1983, p. 49.
49. Wagner, Moritz y Scherzer, Carl. *La República de Costa Rica en Centroamérica*. San José: Imprenta Lehmann, 1944., p. 152.
50. Polakowsky, Helmuth. En: Zeledón Cartín, Elías (comp.). *Viajes por la República de Costa Rica*. Tomo II. San José, Editorial de la Dirección de Publicaciones Museo Nacional de Costa Rica, 1997, p.223.
51. Garita, Juan. En: *Album de Granados*, p. 100.
52. Loc., cit.
53. Stephens, John. En: Fernández Guardia, op., cit., p. 88.
54. Thomas Francis Meagher. En: Fernández Guardia, op., cit., p. 369.
55. Ibid., op., cit., pp. 151-152
56. Rosés, Carlos. "El cacao en la economía colonial de Costa Rica (Siglos XVII y XVIII)". Tesis para optar al grado de Licenciado en Historia. Universidad de Costa Rica, 1975.
57. Garita, Juan. *Album de Granados*, Tomo 1; pp. 216-219
58. Wagner y Scherzer, op., cit., p. 99.
59. Ibid., p. 152.
60. González, op., cit., p. 53.

61. González, op., cit., p. 49.
62. John Lloyd Stephens, En: Fernández Guardia, Ricardo, op., cit., p. 62.
63. Trollope, Anthony. En: Fernández Guardia, Ricardo, op., cit., pp. 463-464.
64. Loc., cit.
65. Hoffmann, Carl. En: Elías Zeledón, Tomo II, op., cit., p. 182.
66. Jiménez Rojas, Iris. Entrevista. Turrialba, 16-9-1999.
67. Sánchez, José. "Reminiscencias". En: Zeledón Cartín, Elías. *Imágenes costarricenses*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1994., p. 108.
68. ANCR. Serie Fomento. No. 3892, 1844, f. 1.
69. Wagner, Moritz y Scherzer, Carl., op., cit., p. 152.
70. Rohrmoser, Francisco. "La vida patriarcal costarricense de 1854 a 1857". En: *Álbum de Granados*. Tomo IV, pp. 157-158.
71. Sobre la Sociedad Económica Itineraria, su funcionamiento, desarrollo y actividades, véase: Avila Bolaños, Olger. *La sociedad económica itineraria de Costa Rica, 1843-1854*. Tesis para optar al grado de Licenciado en Historia. UCR, 1971.
72. Williams, Robert. *States and Social Evolution. Coffee and the Rise of National Governments in Central America*. USA: The University of North Carolina Press, 1994.
73. Francis Meagher, Thomas. En: Fernández Guardia, op., cit., p. 357.
74. Trollope, Anthony. En: Fernández Guardia, op., cit., p. 460.
75. Chacón Trejos, Gonzálo. *Tradiciones costarricenses*. San José: Editorial Costa Rica, 19..., p.23.
76. Loc., cit.
77. Sobre el desarrollo del café en Europa, especialmente en Alemania, Inglaterra y Francia, véase Wolfgang Schiverbusch, Wolfgang. *Tastes of Paradise. A Social History of Spices, Stimulants, and Intoxicants*. USA: First vintage books edition, july, 1993, pp. 49-84.
78. Belly, Felix. En: Zeledón, Elías, Tomo II, op., cit., p. 63.
79. Ibid., pp. 69-71.
80. Wagner y Scherzer, op., cit., p. 67.
81. Ibid., p. 71.
82. Ibid., pp. 80-84.
83. Ibid., pp. 212-223.

84. González Fco, Mario. "Cuando no había ferrocarril a Limón". *La Nación*, Gentes y Paisajes, 16-5-1974, p. 27c.
85. Calvo Rojas, Joaquín Bernardo. *La campaña nacional*. San José, tipografía nacional, 1909, p. 72.
86. ANCR. Serie Marina y Guerra. No. 4789, 1856, f.1.
87. Sapper, Karl. En: Zeledón, Elías, tomo II, op., cit., p.52.
88. ANCR. Serie Gobernación. No. 24996, 1840, f. 18v.
89. Obregón Quesada, Matilde. *Carrillo: una época y un hombre 1835-1842*. San José: Editorial Costa Rica, 1990, p. 161.
90. *Ibid.*, p. 160.
91. ANCR. Serie Gobernación. No. 24996, 1840, f. 19v.
92. *Ibid.*, f. 19.
93. *Loc.*, cit.
94. *Mentor Costarricense*. 02/03/1842, p. 149.
95. ANCR. Serie Fomento. No. 1732, 1841, f. 40.
96. ANCR. Serie Fomento. No. 1760, 1844, f. 1.
97. *Loc.*, cit.
98. ANCR. Serie Fomento. No. 3689, 1964, f. 1.
99. ANCR. Serie Fomento. No. 4162, 1864, f. 11.
100. ANCR. Serie Fomento. No. 3730, 1864, f. 100.
101. *Ibid.*, ff. 36-42.
102. ANCR. Serie Fomento. No. 3730, 1864, f. 12.
103. ANCR. Serie Fomento. No. 3924, 1866, f.1.
104. ANCR. Serie Fomento. No. 3730, 1864, f. 72.
105. ANCR. Serie Fomento. No. 3716, 1864, f. 20.
106. *Ibid.*, f. 25.
107. ANCR. Serie Fomento. No. 3733, 1866, f.10.
108. ANCR. Serie Fomento. No. 3633, 1866, f.4.
109. ANCR. Serie Fomento. No. 3633, 1866, f.104.

110. Murillo, Carmen. *Identidades de hierro y humo. La construcción del ferrocarril al Atlántico 1870-1890*. San José: Editorial Porvenir, 1995, p. 97. Es también revelador el estudio de Casey, J. "El ferrocarril al Atlántico en Costa Rica (1871-1874)". En: *Anuario de Estudios Centroamericanos*. No. 2: 291-344, pp. 295-296.
111. Casey, op., cit., p. 315.
112. Loc., cit.
113. Ibid., p. 311.
114. Aguilar Bulgarelli, Oscar. *La huelga de los tútiles 1887-1889. Un capítulo de nuestra historia social*. San José: EUNED, 1989, p. 25.
115. Ibid., p. 25.
116. Ibid., pp. 54-55.
117. Quesada Monge, Rodrigo. "Ferrocarriles y crecimiento económico: El caso de Costa Rica Railway company, 1871-1905." En: *Anuario de Estudios Centroamericanos*. San José (Costa Rica), Vol. 9, 1993, p. 98.
118. Estatuto del Hospital San Juan de Dios y Lazareto. San José: Junta de Protección Social, 20-6-1883, p. 7.
119. Carranza Solís, Jorge. *Monografía del café*. San José: Imprenta Nacional, 1935, p. 535.
120. Hall, op., cit., p. 51.
121. "A los consumidores de café". Volante. Alajuela: tipografía de Sibaja, 1900.
122. *El Herald, Diario del Comercio*. San José, 30-1-1900, p. 3.

## HISTORIA DE LA TORREFACCIÓN Y DEL COMERCIO INTERNO DEL CAFÉ EN COSTA RICA (1840-1940)

### INTRODUCCIÓN:

En el ocaso del siglo XIX, la costumbre de ingerir café se expande en el territorio nacional y penetra en los espacios públicos y privados y en los primeros treinta años del siglo XX, el café se consolida como bebida obligatoria en los ritmos de alimentación diaria en casi todo el país. ¿Cómo y por qué ocurre este fenómeno? La respuesta se encuentra en parte, en el proceso de producción, comercialización y distribución del café tostado y molido que desarrollan distintos grupos empresariales cada vez más asiduamente en el país.

El café tostado y en ocasiones también molido se ofrece con frecuencia en establecimientos comerciales, poniendo a disposición el producto, a los sectores que no cuentan con el grano en sus parcelas o que no tienen posibilidad de asirse de él por la vía del trueque o del intercambio. La actividad florece en corto tiempo y desde el primer decenio del siglo XX, nacen empresas dedicadas en forma exclusiva al expendio de café para el consumo interno. De modo tal que la actividad que surge en principio con el objetivo de enviar el fruto al exterior, también descubre al interior del país, la posibilidad de desarrollar un negocio paralelo y lucrativo.

La evolución tecnológica a nivel mundial, que ingresa pronto al país por la vía de la importación, colabora con las nuevas empresas en tanto les facilita el procesamiento de una mayor cantidad de grano a un costo menor y además, les permite contar con formas de preservación del fruto por un tiempo más prolongado, lo que a su vez, posibilita la distribución del efecto a sitios alejados de los centros de producción y por tanto, favorece el acceso al café tostado y molido, a sectores sociales que habitan en regiones distantes de la capital o de los principales centros de producción del grano. Paralelamente, los molinos y/o torrefactoras, compiten entre sí por la adquisición de clientes, de modo que ensayan formas de mercadeo cada vez más sofisticadas, usando los diversos medios de comunicación disponibles y practicando distintas formas de publicitar el producto, con lo que sin lugar a dudas, colaboran con la difusión de la costumbre de ingerir café.

Se alienta entonces un consumo conspicuo que se desarrolla en el contexto de una sociedad que ingresa en la dinámica del capitalismo comercial emulado de los Estados Unidos

Paralelamente, el Estado, que hasta el segundo decenio del siglo XX permanece silencioso respecto al consumo interno de café pues su afán está puesto en estimular la exportación del producto, empieza a intervenir tímidamente para mejorar la calidad del café que queda para la venta en el país, a través de legislaciones que poco afectan la realidad. De hecho, hasta la década de 1940 los costarricenses que no cuentan con el cultivo del grano, deben conformarse con adquirir un café barato pero adulterado en extremo.

Entre tanto, se difunden una serie de resultados de estudios científicos que argumentan las cualidades del café para el bienestar físico de los seres humanos que, junto con las campañas publicitarias de las empresas procesadoras del grano y la intervención estatal, colaboran en la expansión de la bebida.

Por lo demás, las frecuentes crisis en el mercado internacional del café obligan a los productores y beneficiadores a volcar sus ojos hacia el interior del país. La demanda en establecimientos comerciales del producto es cada vez mayor, precisamente porque las posibilidades de contar con una parcela para sembrar el grano son menores al finalizar el siglo decimonónico a menos de que se esté dispuesto a buscar nuevas alternativas en una frontera agrícola que se aleja del centro del territorio y es poco accesible desde el punto de vista del transporte. Además, el aumento demográfico y la concentración urbana favorecen la presencia de sitios de procesamiento del grano.

El objetivo de este capítulo es analizar cada uno de estos aspectos para conocer los factores que contribuyen para lograr la expansión del café como producto de consumo en Costa Rica.

Nuestra hipótesis es que la expansión del consumo interno de café tostado y molido, está relacionado con el mejoramiento técnico y el aumento de la producción, con el surgimiento de molinos y tostadoras (torrefactoras) y otros sitios de expendio del grano tostado y molido, con el empleo de diversas formas de mercadeo del producto -uso de la publicidad- y con el desarrollo de distintos mecanismos de distribución, lo mismo que con el mejoramiento de las técnicas para el procesamiento del grano. También, los procesos de urbanización y la división social del trabajo, favorecen la expansión del consumo del café. Igualmente, la adulteración -café barato para los sectores populares- y las crisis internacionales del café más la legislación, colaboran también con la expansión de la costumbre.

Además, desde el inicio de la producción y el consumo de café, el grano que se destina para

el interior es el que no cumple con los requerimientos de calidad que exigen los países compradores, y para aumentar su volumen y obtener ganancias adicionales, los expendedores- molineros y tostadores- lo adulteran con diversas materias, dando como resultado un producto cuyo contenido cafeínico es escaso y que es adquirido a precios reducidos por los sectores populares. Mientras, las élites consumen un café de primera calidad. En las décadas de 1920 y 1930, durante las crisis internacionales del café, los productores y beneficiadores buscan colocar sus excedentes de café en el país apoyados en legislaciones que intentan regular la calidad del grano que se queda para el consumo interno. Estas reglamentaciones nacen en el contexto de una sociedad que procura reivindicaciones sociales a través de diversas organizaciones y un Estado que ensaya distintas maneras para evitar el conflicto social y mantener el orden necesario para su reproducción.

Las fuentes básicas para la elaboración de este capítulo son sin duda los anuarios estadísticos, las guías comerciales -a partir de 1905- y los censos de población, para conocer el consumo per cápita del café desde la década de 1890 aproximadamente. Estas fuentes también brindan datos sobre las empresas dedicadas al procesamiento del café, sus dueños y ubicación del local, igual que proporcionan detalles respecto a las actividades colaterales que realizan los propietarios de estos establecimientos.

Igualmente, son de utilidad indiscutible las revistas del Instituto de Defensa del Café, además los documentos escritos por agrónomos y miembros de las juntas directivas y las actas del citado organismo. De la misma manera, las leyes en torno a la producción y comercialización del café proporcionan información indispensable para conocer el proceso de colocación del producto y su desarrollo en el mercado nacional.

También son de apoyo los avisos comerciales que se publican en los periódicos; en muchos de ellos se detalla además del nombre del dueño de la empresa, las cualidades del producto que ofrecen y en ocasiones su precio y la cantidad disponible del producto. También en los periódicos se difunden las polémicas entorno a las cualidades que a consideración de los argumentadores, debe tener el café que se deja para el consumo interno. En estos discursos, se dan pormenores sobre el desarrollo del consumo interno del producto.

Tanto en los periódicos como en las revistas del Instituto de Defensa del Café se divulgan los resultados de estudios científicos sobre los beneficios de la ingesta de café, argumentos algunos poco confiables pero que sirven de apoyo a los promotores del consumo para expandirlo.

A finales del siglo XIX, la presencia del café en el mercado, particularmente en la plaza - actividad semanal- o en las pulperías, es cada vez más frecuente. En estos últimos negocios se vende en grano o molido y se ofrece por peso y/o por unidad monetaria porque el literato Manuel González compra “un cinco de café molido” en la pulpería, taquilla y tercena “El Trueno” en los primeros años de la década 1870 <sup>1</sup>. Algunos de esos establecimientos en el último decenio del siglo XIX se han equipado con la tecnología necesaria para procesar el grano y prestar un servicio eficiente y puntual a sus clientes. En la cervecería de Richmond en 1885, los vecinos de la capital pueden llevar el café en grano para que sea tostado y molido allí <sup>2</sup>, (véase foto 2-1) y el negocio prospera, pues dos años después, en julio de 1887 Richmond anuncia en el *Diario Costarricense* de la existencia en su

establecimiento de “CAFÉ Tostado y molido de superior clase á 25 cts. libra”<sup>3</sup>, en otros términos, ahora ofrece el producto procesado, por tanto no es necesario conducir el grano desde casa para lograr la materia prima requerida para elaborar la bebida. Luis Olivares abre las puertas de la Pulpería La Merced, ubicada en La Plaza del Hospital en el corazón de San José, en 1873<sup>4</sup> y veinte años después no solo ofrece café tostado y molido, un producto ya procesado, sino también, igual que Richmond, proporciona el servicio de tostar y moler el café que llevan sus clientes “para lo cual cuenta con máquinas y hornos

adecuados”<sup>5</sup> (véase foto 2-2). Y esta afirmación no es de extrañar pues desde 1873 en la fábrica de licores se ofrecían “tostadores de café de varios tamaños”<sup>6</sup>, para uso doméstico o para proponerlos a industrias que tienen venta al público. Diez años más tarde, en 1883, se importan una buena cantidad de tostadores -6 bultos- y molinos de café -19 bultos-<sup>7</sup>, algunos de los cuales probablemente son adquiridos por los pulperos. Un año después, el número de

Foto 2-1

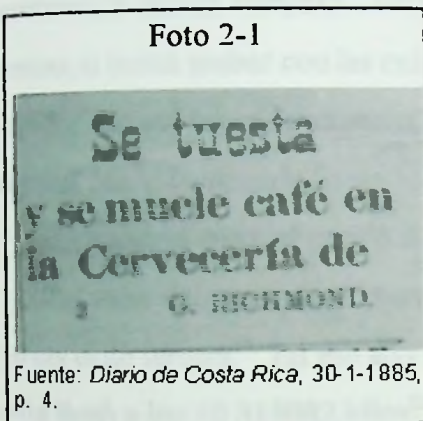
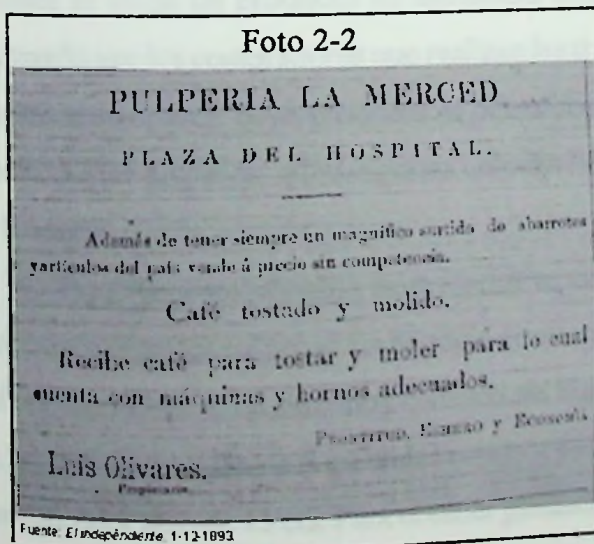


Foto 2-2



bultos conteniendo molinos que ingresan al país se multiplica por cinco, lo que podría indicar que la demanda por este tipo de equipo está en aumento<sup>8</sup>. En 1892 se importan 109 bultos de molinos de café por un costo en pesos de 2 640.

En 1887, la cantidad de establecimientos que realizan la labor de tostar y moler el café aumenta y los precios del producto varían según la calidad del grano que se ofrece al público. Richmond asegura que tiene un ápice de superior clase y lo vende, como se señaló a 25 centavos la libra, pero las personas con recursos económicos escasos pueden conseguir un café inferior en la Panadería de San José, propiedad de Eduardo Pochet, ubicada en la calle del cuño No. 2. Con franqueza su dueño indica, en el anuncio que publica en el *Diario Costarricense*, que tiene para enajenar “Café viejo azúcar y almidón de yuca de la mejor calidad” y el costo en libras de cada uno de estos productos es de 20 centavos. Sin embargo, una semana más tarde reduce el precio a 15 centavos la misma cantidad. Esta rebaja puede deberse a dos situaciones, o pretende mejorar sus ventas, o busca acabar con las existencias pues tanto el café como los otros bienes se deterioran con rapidez. En ese mismo momento, los amantes de la bebida pueden adquirir un “CAFÉ De Superior calidad” en la Pasionaria<sup>9</sup>.

En todo caso, el precio tiende a disminuir en períodos de buena cosecha, por ejemplo para 1889 el valor del grano en el mercado es de 15 cts. el café de primera, a 12 ½ cts. el de segunda y a 10 cts el de tercera<sup>10</sup>. En ese año se exportan 12.947607<sup>11</sup> kilos de café, mientras el año anterior la cifra llegó a los 10.313082 kilos<sup>12</sup>.

Esta división en tres categorías corresponde a la calidad del grano. Para entonces en el exterior se exige un producto de excelente clase, por tanto para el consumo interno se deja el rechazado por los compradores que realizan las transacciones en el mercado internacional. De modo que los cultivadores, cuyo producto es desestimado por los beneficiadores, tienen la posibilidad de venderlo a los pulperos; quizá algunos colocan incluso un grano de primera en ese mercado pero no es la norma.

Paralelamente, algunos empresarios se convierten en vendedores mayoristas del fruto, y lo distribuyen entre los pulperos; un negocio de este tipo tiene en 1885 G.C. Quesada ubicado en la calle del Seminario No. 4, un sitio muy céntrico sin lugar a dudas. Él asegura que tiene para vender “café de primera en partidas de 5 quintales o más a \$15 el quintal”<sup>13</sup>. De manera que la libra al pormenor tiene un valor neto de 15 cts. Para obtener ganancia el pulpero le aumenta por lo general 10 cts. como

El subrayar que se trata de un café de primera podría indicar dos posiciones, o es efectivamente un producto de esa calidad que proviene de manos de productores que no logran colocarlo en los beneficios o quizá Quesada lo compra directamente en esas empresas. Puede, por otra parte, tratarse de un grano de buena calidad pero que no cumple con los requerimientos del mercado internacional y por tanto se ocupa para satisfacer la demanda interna, que a juzgar por la cantidad que ofrece este negociante, no es escasa. Es posible incluso que Quesada y otros vendedores mayoristas del grano lo adquieran de intermediarios que compran a los productores nacionales el grano no aceptado y lo enajenan dejándose para sí una ganancia adicional. Estas empresas se desarrollan desde muy temprano y ya para los primeros años del siglo XX se anuncian en los periódicos de la época, por ejemplo, Robles y Ca. avisa a los beneficiadores en el *Boletín Comercial* que compra “café en pergamino primera clase, y también de tercera y clases inferiores”<sup>14</sup>. Las primeras posiblemente las coloca para el mercado internacional y las otras, las vende o a intermediarios como Quesada o a pulperos y molineros para que éstos a su vez la ofrezcan a los demandantes luego de tostarlo y molerlo. Los compradores también usan el periódico para adquirir el producto, así lo suele hacer J. R. Mata, dueño del Bazar de San José, pues anuncia en *El Figaro*, que “compra café de 3° clase” y en el mismo lugar, él vende café tostado y molido a los favorecedores<sup>15</sup>.

El negocio de despachar café tostado y molido es sin duda diverso. Por una parte, como se ha mencionado, existen intermediarios entre los productores y beneficiadores y los molineros, pero además se desarrolla una actividad adicional, aquellos que lucran con la broza seca del café tostado que posiblemente lo adquieren para luego venderlas para hacer mezclas de café, en 1886 hay un local en San José, ubicado en la calle de la Catedral No. 23 Norte donde se puede comprar y vender este producto.<sup>16</sup>

Al despuntar el siglo XX, la labor de tostar y moler café la realizan establecimientos dedicados exclusivamente a esta labor y que se denominan a sí mismos como molinos, primero y torrefactores pocos años después, sin que por ello desaparezcan las ventas en las tradicionales pulperías, al menos así lo hace suponer la referencia de José María Núñez quien en 1910 visita a Tiana, una buena amiga suya que vivía por “la calle que conducía a Alajuelita [y en esa casa] no faltaba la taza de café ni el pan dulce de los Arburola, [ambos productos eran distribuidos] por don Pedro Hurtado, en su

## LOS MOLINOS Y TORREFACTORAS

Los molinos y fábricas de café son un fenómeno del siglo XX. En 1905 hay dos empresas dedicadas exclusivamente a esta actividad, "La Nacional" perteneciente a Eloy González y la de López Cantillo y Ca. Ambas se ubican en el casco capitalino, la primera en la calle 2da. Sur y la otra en la Avenida 4ta. Oeste<sup>18</sup>. En 1907, funciona una fábrica en Heredia y hay también dos más en Limón<sup>19</sup>. Estas cinco empresas, según compila el censo comercial realizado en diciembre de ese año, reportan una producción diaria de 414 kg., para una población total en el país de 351.176 habitantes, en ese momento; significa que hay un consumo per cápita cercano a los 0,04 kg. por año, lo cual es en todo caso poco probable pues existe una importante producción doméstica que no se contabiliza en estos registros, además, cubren solo el casco capitalino, las dos primeras y el cantón central de las provincias de Heredia y Limón, las segundas. La factoría de Heredia, incluso, debe ser más pequeña que sus homólogas pues todas las tareas las realiza únicamente su dueño. Esta fábrica reporta una producción diaria de 92 kg., para abastecer al cantón central de la provincia de Heredia que tiene entonces 15 484 almas,<sup>20</sup> lo que implica que anualmente estas personas ingieren 2.17 kilos de café per cápita salidos del negocio.

Sin embargo, las fábricas josefinas son industrias que laboran con un promedio de 8 trabajadores, la mayoría de ellos, mujeres mayores de quince años<sup>21</sup> -5 de 16 operarios- y procesan diariamente cada una, 46 kg. de café, en las condiciones de entonces, con tecnología poco capaz de moler y tostar cantidades importantes del grano. Entre tanto, las industrias ubicadas en Limón pertenecen ambas a extranjeros -una a un italiano y otra a un chino<sup>22</sup>- y a diferencia de lo que sucede en San José, son atendidas por dos personas cada una, varones mayores de quince años, pero procesan, según el censo, cerca de 115 kg. por día cada una, monto importante si se toma en cuenta que abastecen a una población cercana a los 14.925 habitantes, esto significa que cada uno ingiere por año 5.62 kilogramos promedio.

No cabe duda de que buena parte de este café lo consumen los obreros que laboran en las fincas bananeras pero posiblemente un rubro destacado también es ingerido por los nuevos colonizadores en cuyas tierras la posibilidad de sembrar el grano es absolutamente imposible porque las condiciones climáticas no lo permiten, de manera que la única opción que tienen para adquirir el

Entre tanto, la proliferación de tostadoras y molinos en otras zonas del país no tarda en surgir pero San José es sin miramientos, el que lleva el liderazgo, y no es de extrañar pues es evidente entonces una mayor concentración urbana en el casco capitalino en ese periodo<sup>23</sup>. En 1909 la Panadería de El Gallito, perteneciente a Miguel Coronado, cuya principal actividad es la venta de café tostado y molido por él mismo, es vendida a Alberto Odio en un monto importante: 15 mil colones, 10.000 de los cuales corresponde al costo de las máquinas y los 5000 restantes a la mercadería que se encontraba en el local en el momento de la transacción<sup>24</sup>, lo que hace suponer que los instrumentos de producción, resultan ser la inversión más cuantiosa en este tipo de empresas.

El señor Odio, quien años antes había comerciado con Coronado el mismo negocio que ahora regresa a sus manos, lo enajena por el monto de 15 mil colones a su hijo Raúl. De inmediato, Raúl Odio, se dedica al expendio de café y de panecillos de cacao “que salía de un molino que había cuando compré el establecimiento a mi padre y que se vendía para la tradicional taza de chocolate que se tomaba a las ocho de la noche.”<sup>25</sup>

El local es atendido por dos empleados, “uno a cargo del mostrador y por lo tanto de la venta al público y otro, encargado del manejo del tostador de café”, lo que podría indicar que se trata de

una empresa que suple una demanda pequeña. Lo cierto es que la venta del café y del chocolate le permite diversificar su negocio y pronto se convierte en un almacén “que a la vez crecía con granos, artículos de primera necesidad, latería, etc., y siempre su famoso café molido.”<sup>26</sup>

En poco tiempo, Raúl Odio invierte en maquinarias y molinos indispensables para expandir su negocio, avances tecnológicos que necesariamente debía importar,

particularmente de Alemania y que son igualmente aprovechados por otros empresarios que también

Foto 2-3



Fábrica de Café de Fernando Castro Avilés, Avenida de las Damas, 1921.  
Fuente: Colección de Gonzalo Montero

inician la tarea en el país, algunos con éxito indiscutible, como sus hermanos Adelia y Carlos. Estos últimos debutan con una tostadora cada uno y se mantienen hasta avanzado el siglo XX.

En general, las fábricas de café molido al inicio del siglo, laboran con pocos trabajadores<sup>27</sup> que realizan indistintamente, las tareas de tostar, moler y vender el café al público. Se trata de negocios por lo general pequeños, donde el dueño trabaja en un reducido local, sin asomo de indicación de que se trata de un taller, por lo menos en su exterior como se observa en la foto 2-3 que pertenece al negocio de Fernando Castro, donde la única advertencia la constituye el rótulo que la identifica. El propietario por lo general, es ayudado en el trabajo por algún miembro de la familia y en ocasiones por operarios y/o ayudantes como en las fábricas referidas de López Cantillo y Eloy González. El patrón tiene sus propias herramientas y enseña el oficio a sus parientes o ayudantes. Raúl Odio confiesa que en sus inicios como torrefactor, él fue “contabilista, cajero, dependiente, molinero, tostador, mecánico y electricista”<sup>28</sup>, en clara evidencia de que el dueño también realizaba labores diversas dentro del negocio.

Algunos, como en el caso de El Gallito, pronto consigue convertirse en un local mayor en el que se introduce nueva tecnología, rebasa el marco familiar y en poco tiempo, se ve en la obligación de contratar un número considerable de empleados que el mismo dueño entrena y se desarrolla al interior, una división del trabajo más compleja. Los bienes producidos son comercializados en zonas que rebasan la localidad (véase foto 2-4).

La familia Odio no es la única que incursiona en el campo de la fabricación de café al nacer el siglo XX. En 1912, La Asturiana de Sergio González y Ca. ya tiene varias sucursales de “café molido de 1ª. Fresco” en locales donde también vende “licores extranjeros y del país... [servicio de] billar [y] surtido completo de pulpería”<sup>29</sup> (véase foto 2-5). Para 1915 ya funcionan tres fábricas de café en San José, en 1925 hay 32 y tres años después alcanzan los 54 negocios distribuidos en todo el país, pero San José

Foto 2-4



El Gallito. Calle 8 Av. Central y 1, costado oeste del Mercado Central, 1920.  
Fuente: Colección Gonzalo Morero

sigue siendo la sede del mayor número de empresas de este tipo; en la capital laboran el 44% de las fábricas, algunas para dar satisfacción a la demanda local pero otras distribuyen su producto en el resto del territorio (véase el Cuadro 2-1). Las razones de este crecimiento entre 1925 y 1928 puede explicarse por dos razones: por una parte, la demanda está en ascenso y por tanto condiciona la existencia de una mayor oferta; por otra, es posible que en época de crisis, como es en ese momento, se requiera del procesamiento de una cantidad de café que no se coloca en el mercado internacional y que los exportadores, en busca de soluciones a su problema, lo vendan en el ámbito nacional y por tanto se precisa de un mayor número de fábricas para cumplir con los requerimientos de la nueva actividad. En otros términos, se trata de la existencia inusitada del producto que además promete un despacho fructífero en el interior -para consumo doméstico o para cafeterías, restaurantes, hoteles y fondas que aumentan en ese momento- y que es asumido por una población que busca fuentes diversas de empleo para hacer frente a la crisis que los afecta. Esta proliferación de tostadoras y molinos obedece a un aumento de la demanda del café tostado y molido debido, entre otras cosas, a la existencia de un crecimiento de la población que no cultiva y procesa el grano en su parcela. Esto se debe a que el número de agricultores propietarios está en detrimento mientras hay un aumento de la proletarización en Costa Rica que se evidencia ya en el Censo de Población de 1892 y se constata en el registro que se lleva a cabo en 1927<sup>30</sup>. En ese momento es clara ya una disminución del sector terciario y secundario, especialmente los artesanos que tienden a proletarizarse. Paralelamente crece

el sector primario y sube el número de jornaleros, entre los cuales se incluyen trabajadores agrícolas, agroindustriales, mineros, de construcción, transporte, entre otros; en términos simples, comienza a adquirir cierta importancia el desarrollo de relaciones de producción capitalistas en pequeñas industrias urbanas -construcción, transporte, etc-, y sectores de artesanos formalmente independientes se convierten en trabajadores a destajo en su domicilio o taller, fenómeno que se concentra

Foto 2-5



Fábrica de café La Asturiana, San José, Barrio La Dolorosa, 1912.  
Fuente: Colección de Gorzalo Montero.

fundamentalmente en San José y en los principales centros urbanos. Este incremento urbano también favorece la existencia de demandantes del café ya procesado para satisfacer la necesidad de un producto que no pueden adquirir si no es por la vía de la compra directa en el expendio.

Para 1950 hay 88 empresas procesadoras de café en el país, 21 de las cuales tiene su centro de operaciones en el casco capitalino y de éstas, el 35% tienen más de 20 años de existencia, lo que indica que algunos son negocios que surgen para mantenerse un período prolongado en el mercado. Esta proliferación de comercios y su permanencia, permiten suponer que existe una demanda en crecimiento que requiere ser abastecida, en otros términos, la costumbre de consumir café, además de consolidarse en el Valle Central, se extiende en las primeras décadas del siglo XX y lo hace geográficamente, en especial hacia regiones en proceso de desarrollo agrícola y comercial. Por ejemplo, en 1910, Antonio Escalante monta una fábrica de café molido en Limón, "atiende pedidos en todos los alrededores de Limón; surte de café molido fresco a todos los vapores que llegan al puerto y también lo exporta en cajas y sacos a la América latina y a las Antillas".<sup>31</sup> En ese momento, esa provincia es una zona en plena evolución. Desde 1872, cuando dio inicio la construcción del ferrocarril, se convirtió en un territorio de colonización para pobladores del Valle Central. Algunos productores costarricenses y de origen jamaicano -propietarios, arrendatarios y precaristas- venden banano a las compañías bananeras, a la vez que tienen cultivos de subsistencia y jornalean ocasionalmente para las mismas. También existen medianos y grandes productores que algunas veces arriendan tierras a la compañía de Keith<sup>32</sup>. Lo cierto es que se forma un núcleo de colonización que permite el aumento de población en la zona que además, al funcionar como un puerto de ingreso y egreso de mercaderías, hace de esa región un lugar cosmopolita. Los extranjeros, buena parte de ellos provenientes de Estados Unidos y países de Europa Occidental y de las Antillas, tienen en sus países de origen una veterana costumbre de ingerir café, por tanto no extraña que el negocio de Escalante crezca resueltamente, de hecho, en poco más de seis años, la fábrica de café le permite amasar una fortuna con la que adquiere cuatro casas en la ciudad de Limón y además compra "una finca de cacao y banano "La Estrella" que [en 1915] está en muy buen estado de producción".<sup>33</sup>

La región Atlántica que está poblándose decididamente en los primeros años del siglo XX, resulta un atractivo mercado para los molineros. En especial el Valle de Turrialba es una zona donde se desarrollan importantes haciendas de café y allí surgen dos empresas que se dedican a tostar y moler el grano que adquieren en las haciendas cercanas. El pionero en el negocio es Santiago

Calderón, quien no solo ofrece la venta de café molido antes de 1915, sino que además ofrece pan y tosteles, repostería necesaria para acompañar la bebida<sup>34</sup>.

En 1923, la familia Rojas Cortés emprende la misma tarea, tostar y moler el café que requieren los beneficios de la zona de Turrialba y Juan Viñas para satisfacer la demanda de sus trabajadores. El grano lo compran en esos mismos lugares y se los venden a los beneficios de La Florencia, Atirro, Aquiares, La Isabel y Juan Viñas ya procesado en bolsas de papel primero y luego en empaques mejorados para evitar que los aceites del café se escapen. El negocio resulta lucrativo pues en menos de un quinquenio aumentan el número de kilos que tuestan y muelen, pasan de 20 kilos al inicio de la actividad a 100 kilos, gracias a la adquisición de tostadoras especializadas que sustituyen el tradicional comal de hierro con el que principian el proyecto.

El café Triángulo, nombre con el que se identifica el café procesado por la familia Rojas Cortés, se ofrece no sólo en los comisariatos de las fincas cafetaleras aledañas sino también en los comisariatos de la Compañía Bananera que funcionan en la zona, incluso abastecen el mercado de Siquirres. “En 1928 se llevaba el café a pie, en mulas y empacado en sacos, por la línea del tren hasta Siquirres, pero también llevaban dulce, frijoles, arroz y sal.”<sup>35</sup>

Lo cierto es que Café Triángulo ofrece desde el inicio tres clases de café, según su calidad y precio, que los identifica con un color. Café Triángulo azul corresponde al café mezclado con maíz, es entonces el más barato, Triángulo Rojo es el café con menor cantidad de maíz y finalmente, el café puro, de altura, más caro, se denomina Triángulo Oro. Con estos distintivos permanecen en el mercado hasta 1993 cuando son adquiridos por La Meseta.<sup>36</sup>

Ya para la década de 1930, expanden geográficamente su negocio hacia la totalidad de la provincia de Cartago y el Pacífico Sur. Para entonces, igual que ocurre con El Gallito, la familia Rojas Cortés ha desarrollado un almacén de abarrotes paralelo a la fábrica de café molido y adquieren la mercadería directamente de barcos que anclan en Puntarenas, de modo que aprovechan el viaje tanto para comprar los productos como para vender el café Triángulo en todas sus calidades. Dos décadas después, el café Triángulo logra expandirse sin miramientos y desarrollan un sistema de mercadeo sin precedentes, utilizando todos los medios de comunicación disponibles. En 1954, por ejemplo, se anuncian en las piedras que están en la carretera que transita de San José a Turrialba, pintadas de amarillo dicen simplemente: “tome café Triángulo”.

CUADRO 2-1  
Número de fabricas y molinos de café en Costa Rica  
(1905, 1907, 1923, 1924, 1925, 1929 y 1950)

PROVINCIA	AÑOS						
	1905	1907	1923	1924	1925	1929	1950
San José	2	2	18	14	16	24	21
Alajuela			7	8	3	13	22
Cartago				4	10	8	16
Heredia		1	1	1		2	8
Limón		2	1		3	4	8
Puntarenas				1		3	13
Guanacaste							
TOTAL	2	5	27	28	32	54	88

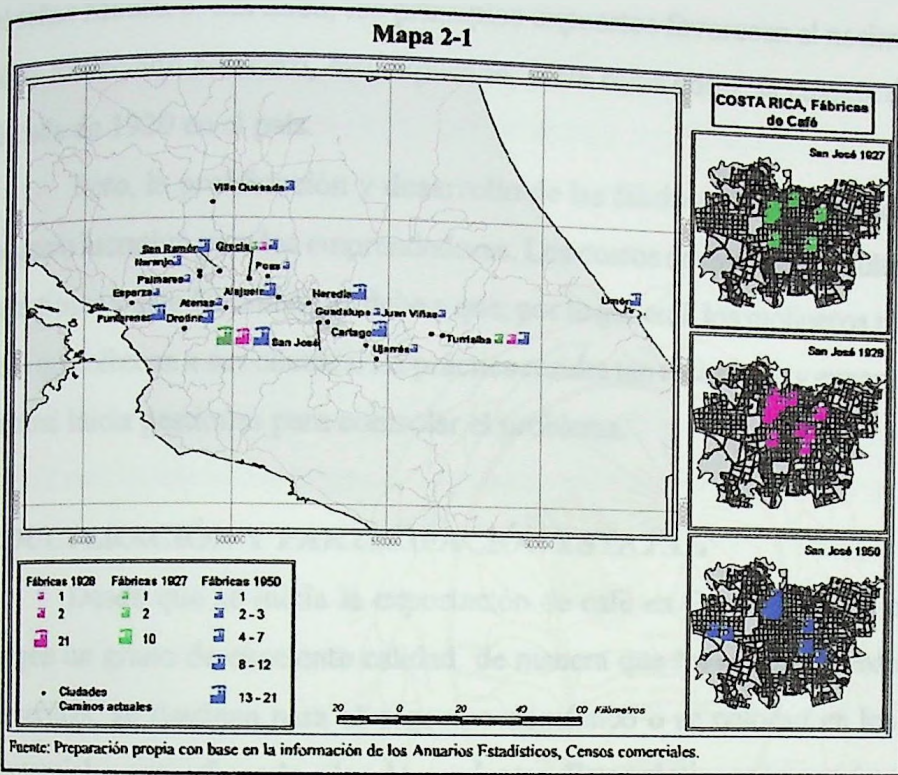
FUENTE: Peralta, Genaro. Guía- Directorio de la ciudad de San José, 1905. San José: Imprenta y Librería de Antonio Lehman, 1905, p. 65. Guía comercial de Costa Rica, 1927. San José: Imprenta La Tribuna, 1927, p. 73. Guía comercial de Costa Rica. 1928-1929. San José: Imprenta La Tribuna, 1930, p. 95, 194, 207. Guía comercial de Costa Rica, 1950. San José: Imprenta La Tribuna, 1950, p. 350, 351. Anuarios Estadísticos, 1907, 1924, 1925, 1926, 1927, 1928, 1929, Estadística y Censos. Ramírez, Mario y Solís, Manuel. "El desarrollo capitalista en la industria costarricense (1850-1930)". Tesis para optar al grado de Licenciatura en Sociología. Universidad de Costa Rica, 1979, p. 210.

En todo caso San José resulta ser el sitio por excelencia para la instalación de molinos y torrefactoras por ser el área donde se concentra la mayor cantidad de población (véase Mapa 2-1). La década de 1920 es particularmente prolifera en el surgimiento de fábricas de café molido que logran desarrollarse más allá de suplir una demanda geográficamente concentrada. Para 1919 Ricardo Dorado se anuncia en el *Diario del Comercio*; ha abierto un pequeño molino de cacao y de café "100 varas al oeste del mercado contigo [sic] a "El Cometa"<sup>37</sup>. En poco tiempo crea sucursales de su empresa en el casco capitalino y abastece buena parte de la capital. Para la década de 1950, café Dorado es el principal competidor de café Triángulo en todo el país hasta que en 1964, éste último adquiere la empresa de Ricardo Dorado y dirige el café que se procesa bajo ese nombre, hacia los sectores populares de la población.

Además de abrir sucursales, algunos de estos empresarios se preocupan por mejorar la infraestructura de su negocio en un proceso de crecimiento evidente. En 1924, por ejemplo, Rudecindo Montero, dueño del café "La Floresta", quien ha laborado en una fábrica ubicada en el

Barrio la Dolorosa de la capital, solicita permiso a la Municipalidad de San José para trasladarse a Cuesta de Moras, concretamente entre las calles once y trece en la avenida Fernández Güell. En el primer intento, el permiso se le deniega argumentando la Comisión de Sanidad a la que se le traslada

la petición, que este tipo de negocios no deben instalarse en el centro de la ciudad sino en el perímetro, debido a que el humo, los olores constantes que de ahí emanan igual que el ruido que produce, puede afectar la salud de los vecinos. Lo cierto es que para entonces la mayoría de las fábricas se ubican en el casco capitalino (véase Mapa 2-1) a pesar de lo



expuesto por la citada Comisión. En todo caso, el señor Montero apela argumentando que

“he trasladado mi fábrica de café molido, a un local situado en el Bajo de Cuesta de Moras de esta ciudad. He procurado hacer una instalación de lo más completa a fin de evitar cualquier molestia que pudiera tener el público; y en ese sentido acompaño un escrito firmado por todos los vecinos que se muestran estar satisfechos con mi instalación y no tener queja alguna con respecto a mi fábrica....los perjuicios que se me causan con esta disposición son enormes, pues me condenan a perder un negocio en el cual he invertido gran cantidad de dinero y el trabajo de muchos años. No se ha probado en el expediente que con mi fábrica se cause perjuicio al vecindario...”<sup>38</sup>

En ese momento existe un interés del Estado por impulsar “el establecimiento y desarrollo de todas las industrias y de todas las actividades del trabajo honrado, pues que ello es una de las maneras más prácticas de acrecentar la riqueza pública y de estimular el esfuerzo independiente de los

ciudadanos, lo que significa, correlativamente, que sólo en muy limitados casos y por causas de muy importante linaje debe ponerse cortapisas al libre desenvolvimiento de las industrias o del trabajo en general, máxime si se toma cuenta, como debe tomarse, el estado de incipencia en que las mismas se hallan en Costa Rica."<sup>39</sup> Con tal argumento, se revoca el acuerdo anterior y se le otorga el permiso al señor Montero. Sin duda, los principios expuestos favorecen el nacimiento de negocios similares al de Rudecindo Montero, eso explicaría, entre otras cosas, la cuantía de fábricas que surgen en la década de 1920 en el país.

Pero, la proliferación y desarrollo de las fábricas de café también indica que se trata de un negocio lucrativo para los emprendedores. Los costos de inversión resultan reducidos y las ganancias cuantiosas y este fenómeno se debe a que, por lo general, los molineros recurren a la adulteración del café que ofrecen a sus clientes. La práctica resulta tan recurrente y expansiva, que pronto el gobierno central inicia gestiones para controlar el problema.

## ADULTERACIÓN Y PARTICIPACIÓN ESTATAL

Desde que se inicia la exportación de café en Costa Rica, los compradores en el exterior exigen un grano de excelente calidad, de manera que las semillas verdes o dañadas, denominadas tercerillas, se destinan para el consumo doméstico o se colocan en los diversos establecimientos comerciales para ofrecerlo a los demandantes. Esta práctica es ya común en 1842, como se menciona en el capítulo anterior<sup>40</sup>.

La única salida que tiene este producto es el de ser expendido en el interior del país. Aquí es comprado por pulperos y molineros que obtienen ganancias adicionales adulterando el café de tercera con diversas sustancias y materiales, tanto en el proceso de tostado como en el de molido. Le mezclan sangre de toro para que adquiera un color más oscuro, maíz quemado para aumentar el volumen, igual que otros granos y cáscaras de maní, café y cacao, además de buenas cantidades de miel. Lo mismo, se une con frijoles, cáscaras pulverizadas de coco, habas o cebada, en el mejor de los casos.<sup>41</sup>

El objetivo de los empresarios es obtener el máximo de ganancia y proporcionar a los demandantes un café de bajo costo cuyo contenido cafeínico es en extremo reducido. Si a esto se suma el hecho de que se trata de un café de tercera, su sabor no es de ninguna manera agradable al paladar.

El uso de la adulteración no es exclusivo de Costa Rica, en Estados Unidos, por ejemplo en

el siglo XIX se mezcla el café con una lista abundante de productos: almendras, semillas de espárrago y tallos, hígado de caballo asado, cebada, bellotas, helechos, carbón, pasta de pan, chicoria, zanahorias, cáscara de cacao, arena, raíz de zacate, cerveza, arroz, nabos, nueces, malta, etc.<sup>42</sup>

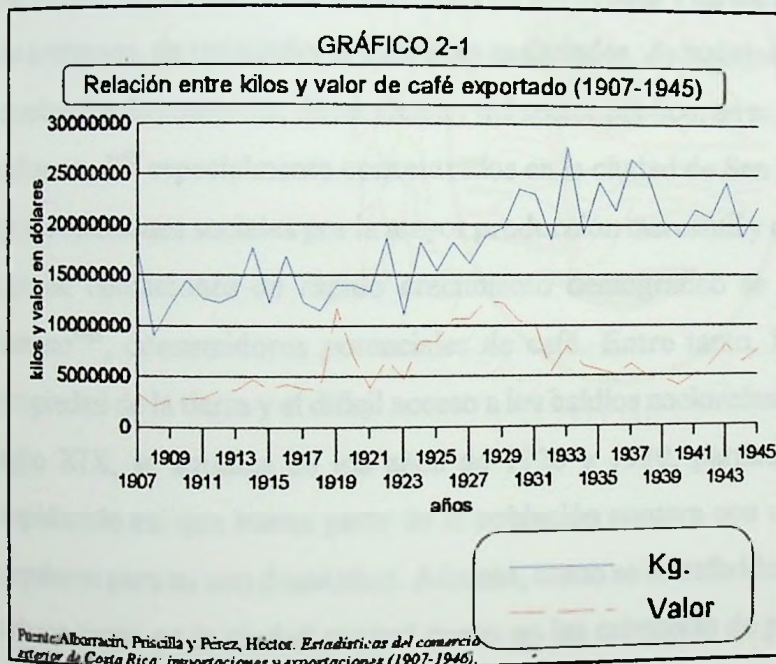
Esta práctica tiene dos consecuencias fundamentales: por una parte, disminuye la cantidad de grano que es adquirida por los negociantes nacionales del café tostado y molido, y que posiblemente sin aditivos, se multiplicaría en mucho la cuantía que se podría colocar en el mercado, favoreciendo paralelamente las ganancias de los productores y beneficiadores; por otro, se ofrece un producto barato pero adulterado en extremo con los consecuentes problemas para la salud pública de los consumidores de la bebida.

El asunto es ampliamente discutido por diversos sectores de la población ya en la década de 1920. En junio de 1929, *El Diario de Costa Rica*, publica un artículo donde el redactor de la nota periodística se lamenta de que “buena parte [del café que se consume en el país]... ya no es café sino maíz y este cereal lo importamos, prácticamente estamos importando café”<sup>43</sup>. El precio de este tipo de café oscila entre un colón 30 o un colón cincuenta la libra. Por sus referencias, es posible advertir que no ha existido hasta entonces interés alguno, por ofrecer a la población nacional un café satisfactorio; continúa legándose para el consumo interno, el café de calidad cuestionable que no se considera adecuado en el ámbito internacional. Con evidente molestia, el periodista del *Diario de Costa Rica*, rechaza la práctica de servir café de tercerilla o adulterado en los establecimientos pues “el extranjero que llega a Costa Rica y que por casualidad ha sabido que este es el país privilegiado para producir café de calidad, se lleva una decepción casi siempre por el brebaje que se le sirve en la mayor parte de los hoteles, pensiones y aún en los hogares. Costa Rica produce un café exquisito, pero consume otra cosa muy distinta. La única manera de evitar ese “brebaje” es comprar el grano en un beneficio cuyo encargado “sepa escoger un [grano] regular entre los “sacado [sic] a pilón”, lo tueste y muela en mi casa”.<sup>44</sup>

Es en esta década cuando el Estado, apoyado por diversos grupos privados, particularmente aquellos relacionados con el negocio de la producción, procesamiento y exportación de café, empieza con timidez a involucrarse en el control de la calidad del grano que se destina para el consumo interno. ¿Por qué hasta entonces el Estado toma cartas en el asunto si el café se consume desde hace casi un siglo en el país? La respuesta parece estar en la coyuntura de ese entonces. Ciertamente en ese decenio es evidente un proceso de cambio, no solo en la economía del país sino también en la

situación social imperante que obliga a los gobernantes a ejecutar acciones no solo en torno a la producción y procesamiento del café, sino también sobre el consumo interno. Entre 1924 y 1934 el país sufre una de las crisis con mayores consecuencias económicas, sociales y políticas. Hay un proceso inflacionario, crisis fiscal, producto entre otras cosas, de una disminución en las exportaciones y por ello, una baja en el volumen y valor de las importaciones.

En ese período los precios del café en el mercado internacional, particularmente en Londres, tienen una tendencia descendente -pasa de 170 colones comerciales en 1928 a 75 colones comerciales en 1932-<sup>45</sup>. Como es dibujado en el Gráfico 2-1, en 1925 la exportación de café asciende a 15.352.863 kilogramos, cinco años más tarde, la cantidad alcanza la cifra más alta desde que se empieza a vender el café costarricense en el mercado internacional, 23.536.645 kilogramos y en 1933 llega a una cantidad sin precedentes, 27.777.939 kilogramos; no obstante, en 1930 los exportadores reciben \$10.419.446 y tres años después, a pesar del aumento de la producción, \$7.971.117, en otros



términos, se eleva la producción en un 18.25% entre 1930 y 1933 pero los ingresos disminuyen en un 23.49%<sup>46</sup>. Consecuentemente, la presencia de una abundante producción de café, recibida a precios muy reducidos en el mercado exterior, obliga a los productores y/o beneficiadores y al estado en calidad de depositario del poder político, a percibir al mercado interno -o los mercados internos- como una alternativa

viable para colocar sus existencias. Los productores son sin duda los más interesados, pues en época de crisis, los beneficiadores, por lo menos los de mayor influencia, deciden "recibir sólo café superior, aún cuando el producto de calidad inferior se produjera más cerca de sus beneficios"<sup>47</sup>.

Debido a que lo que proponen para la venta interna es un grano de escasa calidad, se torna urgente emprender tareas diversas para aumentar su demanda, esto es mejorar el sabor del café que

consumen los costarricenses y de esta manera elevar la cantidad del fruto que es adquirido en el mercado nacional. Para lograr ese cometido, se hace necesario vigilar y evitar el ya legendario problema de la adulteración por parte de las torrefactoras y molinos que proliferan particularmente en el casco capitalino.

En contexto les es favorable, por una parte, la población del país está en franco crecimiento. El número de habitantes se eleva en un 25.13% de 1883<sup>48</sup> a 1892, pasando de 182.173<sup>49</sup> pobladores a 243.205<sup>50</sup>. Pero de 1892 a 1927, el crecimiento es de un 48.42%, los residentes de Costa Rica son ahora 471.524<sup>51</sup>. En 1933, según los registros de la Oficina de Estadística y Censos, hay aproximadamente 539.654 personas. Paralelamente, hay modificaciones importantes en la estructura socio-económica<sup>52</sup>.

En efecto, hay un incremento significativo del sector terciario de la economía, como se ha referido. Entre 1880 y 1920, "hay un proceso de modesta diversificación de la vida económica nacional... [y] la lado del campesinado, de los peones y de los obreros agrícolas, emergieron grupos de artesanos, de trabajadores manuales asalariados, de trabajadores ferrocarrileros y portuarios, y de empleados de comercio, de servicios y del sector público, en su gran mayoría afincados en los núcleos urbanos..."<sup>53</sup> especialmente concentrados en la ciudad de San José.<sup>54</sup> Esto unido a "la monetización de las relaciones sociales por la mayor producción mercantil y cierta proletarización directa, hicieron que en condiciones de rápido crecimiento demográfico se consolidase y ampliase el mercado interno"<sup>55</sup>, consumidores potenciales de café. Entre tanto, los procesos de concentración de la propiedad de la tierra y el difícil acceso a los baldíos nacionales que comienza a acentuarse a fines del siglo XIX, se agudiza en los años de 1920 y 1930, particularmente en el marco de la crisis<sup>56</sup>, impidiendo así que buena parte de la población contara con un terreno donde cultivar el café que requieren para su uso doméstico. Además, como se ha referido ya, hay un proceso de concentración urbana tanto en la ciudad capital como en las cabeceras de provincia mientras el por ciento de la población ligada a actividades agrícolas, bajó de 61,77 % a 54,72% entre 1927 y 1950, mientras, el sector de las manufacturas en el mismo periodo crece de 7,88 a 10,98%; en el comercio de 5,75 a 7,87% y en el transporte de 2,45% a 3,48%<sup>57</sup>. La cantidad de compradores potenciales de café tostado y molido, por tanto, es mayor.

Por otra parte, y más importante aun para los promotores de la venta del café, es que la costumbre de ingerir la bebida está suficientemente difundida en la sociedad para entonces y ha

logrado situarse en un lugar de honor en los hogares de la Meseta Central, principal espacio de producción, y en otras regiones del país.

En resumen, el mercado interno en crecimiento, la ausencia de sembradíos familiares, la monetización de la economía, proporcionan una coyuntura favorable para colocar los excedentes de café que no son adquiridos en el mercado internacional y el Estado, apoyado por los beneficiadores y productores del grano, empieza entonces a buscar fórmulas posibles para expandir la venta, una de ellas es evitar las mezclas con las que se prepara el café tostado y molido en las fábricas. Para hacerlo, recurren a disposiciones legales que intentan regular la calidad del grano que se queda para el consumo interno. Estas reglamentaciones nacen en el marco de una sociedad que padece un incremento de la desocupación, salarios reales afectados por la inflación, jornadas laborales abusivas y sin control, más un aumento en los productos de consumo básico, entre otras cosas, que conduce sin remedio a una agudización “de las tensiones sociales ya desarrolladas en las décadas anteriores por la proletarización creciente de la población y la posición cada vez más desventajosa de los pequeños productores”<sup>58</sup>. Ante la organización y presión de diversos sectores sociales, el Estado ensaya diferentes formas para aminorar el conflicto social, algunas con efectividad relativa. En este marco de reformas, particularmente en lo referente a la salubridad pública, se principia la regulación del consumo interno de café.

### **SALUD Y CONSUMO INTERNO**

Por lo menos hasta 1923, no existe disposición alguna referente concretamente al consumo interno de café tostado y molido en Costa Rica. Las primeras preocupaciones por solucionar el problema de la calidad del café emanan de las autoridades de salubridad quienes en ese año emiten la Ley de Protección a la Salud Pública y evidencian su interés porque las municipalidades vigilen “la preparación, producción, venta y conservación de los artículos alimenticios y las referentes a la venta o al ofrecimiento de venta o transporte para la venta de estos artículos falsificados, deteriorados, adulterados o nocivos.”<sup>59</sup>

Esta normativa tiene su asidero en el hecho de que a finales del siglo XIX y especialmente en las primeras décadas del siglo XX, las autoridades emprenden diversas iniciativas para tratar de evitar el deterioro evidente de la salud pública en Costa Rica. Varias epidemias habían causado altas tasas de mortalidad en la población del país, la más grave de ellas la constituyó la influenza entre los años de 1919 y 1921, originando estragos en la mayor parte de los cantones del país. Paralelamente, las

enfermedades gastro-intestinales -cólera, disentería, diarreas, vómitos y gastro enteritis- cobraron un número importante de víctimas -el 65% de las muertes en 1910- como consecuencia de la contaminación de las aguas y de la falta de higiene y de la presencia de una alimentación deficiente<sup>60</sup>.

Los avances en bacteriología y virología son aplicados por los médicos costarricenses, cuya profesionalización avanza, en los campos de la medicina preventiva y de la salud pública. Entre tanto, el Estado liberal introduce tímidos programas de salubridad pública y educación higiénica que se aceleran tras el ascenso al poder de la llamada generación del Olimpo debido a “las angustias acerca de las altas cifras de mortalidad infantil y de la degeneración de la “raza” costarricense, [que] promovieron una nueva política oficial, luego sintetizada por el dos veces Presidente de la República, Cleto González Víquez, bajo el lema curioso de “la auto-inmigración”. Es decir, el incremento de la cantidad y calidad de los costarricenses -la maximización de la vitalidad del pueblo y el mantenimiento de su supuesta pureza racial- por medio de la intervención estatal”<sup>61</sup>.

Derivado de esta política, en la Ley de 1923, la Comisión de Sanidad del Cantón Central de San José acuerda prohibir en sus jurisdicciones, la venta de artículos alimenticios adulterados, alterados o falsificados, sin hacer referencia directa al café. Sin embargo, los dueños de las principales torrefactoras de San José, reaccionan de inmediato contra la normativa. En efecto, en febrero de 1925, Carlos Odio, Raúl Odio, Fernando Castro y Ricardo Dorado, dueños de las fábricas “Café y cacao molido”, “El Gallito”, “Café Molido” y “Café Dorado”, respectivamente, solicitan a la Comisión de Sanidad de San José que revierta el acuerdo y autorice la venta de café mezclado con maíz argumentando que de esta manera la bebida “es menos nociva que pura y, por ser su precio más bajo, está más al alcance de las clases pobres”.<sup>62</sup>

En respuesta, el Doctor Carlos Pupo, presidente entonces de la Comisión, consideró que acceder al pedido de “los comerciantes en café... sería abrir la puerta para que otros vendedores de artículos alimenticios solicitaran lo mismo para sus productos [además, desde el punto de vista médico, señaló que] el estímulo cerebral del café es necesario y preciso y que son muy pocas las personas que pueden pasar sin él, por lo cual su venta debe ser la del producto puro, como la de todos los alimentos”. En clara alusión contra los demandantes, aseveró que lo que la Comisión debe defender son los intereses de la comunidad y “no los de un pequeño grupo de personas por muy apreciables que sean...”<sup>63</sup> Como argumento final evidencia la especulación que se realiza con este tipo de negocio, diciendo:

“Si se mezclan 9 libras comerciales de maíz, que pueden valer un colón, con una libra de café que vale otro colón, se obtendrán por 2 colones 10 libras de café, que vendidas al precio de 0,60 cada una, producen 6 colones.”<sup>64</sup>

En términos simples, la torrefacción del café, adulterando el producto, constituía un negocio lucrativo en extremo, pues si se toma como cierta la aseveración del Dr. Pupo, obtienen una ganancia del 300%. Eso explicaría la insistencia de los comerciantes en eliminar la normativa que impide las mezclas en los alimentos. Es por eso que de inmediato la lista de dueños de fábricas que apelan contra la Comisión aumentó. Ahora participan, además de los mencionados, los señores Solera y Molina, Trinidad Carvajal, Juan Enciso, Manuel Matamoros y Rudecindo Montero, casi la totalidad de comerciantes del grano tostado y molido que tenían sus negocios en el casco capitalino<sup>65</sup> y envían una misiva, rubricada por el abogado Fernández Bolandi, replicando entre otras cosas que no hay falta de higiene en la mezcla, por un lado y por otro no se infringe la ley pues el público está enterado de lo que está comprando.

La Comisión desestima la petición de los comerciantes, refuta sus argumentos y finalmente señala que en Alemania, donde el café es un lujo, se justifica la venta de café mezclado, “pero resulta ridículo que nuestro producto por excelencia y cuyo consumo no es un lujo sino una necesidad, se ofrezca a la venta adulterado”<sup>66</sup>, por tanto queda prohibido la venta de alimentos adulterados.

Esta resolución sirve de fundamento para las acciones que se llevan a cabo en la Municipalidad de Cartago un mes después. La Comisión de Sanidad de ese Ayuntamiento dispuso “prohibir que, desde [el 23 de febrero de 1925] ...se pongan al expendio público, cafés adulterados con sustancias ajenas al grano del café, exigiendo que todo café molido sea enteramente puro.”<sup>67</sup> Ocho comerciantes de Cartago, cuyos nombres no se especifican, se oponen de inmediato a la resolución indicando que “atenta contra el derecho individual de escoger cada cual sus artículos de subsistencia conforme a sus gastos y recursos. Nuestros clientes saben que cuando compran una libra de café en cincuenta céntimos no llevan café puro, pues al mismo tiempo se vende en un colón treinta céntimos la libra al que lo quiera libre de toda mezcla”<sup>68</sup>.

La Comisión, amparándose en los argumentos esgrimidos por el Dr. Pupo en San José 30 días atrás, deniega la apelación de los demandantes.

Las legislaciones en torno al café adulterado, emanan entonces de las municipalidades y no será sino hasta el 20 de junio de 1931 cuando se emita una disposición de carácter nacional. Así, en

concordancia con la Ley de Protección a la Salud Pública, se publica el Reglamento sobre alimentos y bebidas donde se establece explícitamente la prohibición de “fabricar, tener o expender productos alimenticios y bebidas impropias para circular en el comercio” particularmente aquellos adulterados, o sea que hayan sido mezclados con sustancias extrañas con el fin de disminuir la calidad o el valor nutritivo. Sin embargo, el Reglamento permite la venta de café verdes “tercerillas o escogeduras y de los demás cafés verdes inferiores con no más de 20% de otros desechos procedentes de la preparación del café [de modo que puede contener] más de 8% de humedad, no menos de 10% de grasa (extracto de éter de petróleo), no menos de 1% de cafeína, no menos de 3 ni más de 6% de ceniza; no debe contener más de 5% de granos carbonizados...”<sup>69</sup>

Entre tanto, diez días después, en junio de 1931, se dicta la Ley No. 63 que dispone la absoluta prohibición de “transportar, depositar o exponer para la venta bajo el nombre de “café” todo producto distinto al grano puro producido por el cafeto, ya sea verde, ya tostado o ya reducido a polvo después de la torrefacción”.<sup>70</sup>

En ninguna legislación se apela directamente a los torrefactores, responsables primeros de la adulteración del café. No será sino hasta 1934, cuando se declare la Ley No. 116 donde se menciona directamente a este grupo empresarial. Señala la norma que prohíbe terminantemente “vender café mezclado con cualquier otro producto, por consiguiente los tostadores y vendedores no podrán ni vender ni anunciar ninguna mezcla con el nombre de café”. Los infractores son obligados a pagar multas que oscilan entre los cien y los quinientos colones y “queda a cargo de todas las autoridades del país la vigilancia y revisión continua de los establecimientos que expendan dichos productos”.<sup>71</sup>

En virtud de esta ley, el Instituto de Defensa del Café inicia el control de los establecimientos que expenden al público café tostado y molido y la tarea se ejecuta tomando periódicamente muestras de las distintas fábricas. La normativa, sin embargo, no le permite actuar sin un dictamen pormenorizado de las autoridades gubernamentales -análisis practicados en el laboratorio del Centro Nacional de Agricultura- en materia de salud, de manera que en mayo de 1934, los directivos de IDECAFE reciben informes de que algunos “comerciantes con fines especulativos están expandiendo al público café mezclado con maíz, [entonces] se dispone: dirigir muy atenta súplica al señor secretario de salubridad pública con el objeto de que se sirva ordenar la investigación del caso a fin de que se establezca sanción sobre el particular.”<sup>72</sup> La respuesta se obtiene dos meses más tarde y

entonces efectivamente resultan algunas muestras mezcladas con maíz, pero la Junta se ve obligada a "dirigir oficio al indicado funcionario rogándole indicar los nombres de los infractores para imponer la sanción del caso haciendo uso de los medios que marca la ley."<sup>73</sup> De manera tal que el procedimiento se conduce con una lentitud tal que permite a los demandados burlar la ley con facilidad.

Nadie parece percatarse de la contradicción entre el Reglamento sobre alimentos y bebidas y la leyes No. 63 de 1931 y la ley de 1934, una permitiendo la venta de café adulterado y las otras prohibiéndolo. A estas dos últimas se le hace caso omiso y en su lugar se toma como única el Reglamento sobre alimentos y bebidas, de hecho, el Congreso de la República le envía en consulta este Reglamento al Doctor Peña Chavarría, Secretario de Salubridad Pública, en mayo de 1937, para escuchar su posición sobre el mismo, desde la perspectiva de la salubridad de los consumidores. En respuesta, el Dr. Peña señala que esta normativa "autoriza la venta de los sustitutos de café y las mezclas del café con esos sustitutos o con materias extrañas cualquiera que ellas sean, a condición de que no se emplee la palabra café ni sus derivados, compuestos u homónimos". Igualmente considera que "desde el punto de vista sanitario, esta secretaría estima que no existe el menor peligro en consumir café mezclado con maíz, pero en la imposibilidad de poder controlar la calidad de almidón que por esa mezcla se adiciona, conceptúa necesario mantener la prohibición absoluta de vender café mezclado con ninguna sustancia, aun cuando se le designe en otra forma."<sup>74</sup>

No obstante la opinión del Ministro, el Congreso Constitucional considera imperativo mantener la venta de café tercerilla, porque es el único que está al alcance de los bolsillos de los más desposeídos. Se justifican señalando que "los cafetaleros realizan sus ventas [de café de calidad] en el exterior y de este modo para poder conseguir este producto las gentes pobres tienen necesidad de comprar dicho café mezclado con maíz, pues de otra forma, no les es posible adquirir el artículo a la medida de sus posibilidades [de todas maneras] en Costa Rica raras son las personas que consumen los cafés de primera, estos se van a Europa y las tercerillas, algunas de ínfima calidad, son las que más se exponen a la venta, producto este que da un sabor infernal cuando no se atenúa con maíz logrando así, mejorar sabor y un precio más al alcance de las gentes pobres que no pueden consumir sino estas bebidas a las que ya están acostumbrados".<sup>75</sup> Al mismo tiempo, a criterio de los congresistas, la mezcla con maíz favorece a los productores de este grano pues aumentan sus ventas. De modo que la oferta de café adulterado continúa.

Solís, en 1935, aconseja agregar azúcar en poca cantidad durante el tostado con el objeto de que el grano adquiriera un aspecto más agradable y además aumente el peso del café tostado en un 10 o 20%. No cree conveniente, sin embargo, seguir con las prácticas comunes de mezclar el café con otras sustancias para lograr el mismo efecto, como

“cascarilla del café, del cacao, glucosa, destrina, goma, melaza, albúmina, gelatina, resina, materias grasas, alimentos vegetales, aceite de vaselina y glicerina, productos de condensación de los vapores que se desprenden al tostar el café, carbonatos alcalinos, disolución de forex, levadura diluida en disolución de glucosa parcialmente fermentada”<sup>76</sup>.

Advierte que la adición de harinas de maíz, habas, cebada y otros cereales es hacer mezclas disparatadas y señala

“Desde el punto de vista de la inconveniencia económica que resultaría de la preparación de tales mezclas con el café, de las cuales no se derivan ventajas de ninguna clase, en sabor o placer, puesto que anula las inminentes cualidades de aquel, es obvio decir que debe considerarse como muy perjudicial la asociación al café de todos los cereales citados, por cuanto con ella se disminuiría el consumo de un artículo que, como es sabido, constituye la principal riqueza del país”<sup>77</sup>.

A pesar de estas opiniones, el Reglamento de la Ley 116 promulgado siete años después de emitida, indica que “los tostadores y vendedores no podrán vender ni anunciar ninguna mezcla con el nombre de café [y] quedan terminantemente prohibidas, la elaboración y venta de productos tostados, o tostados y molidos, destinados a preparar bebidas de consumo público, en cuya composición o mezcla entre el café, y que por su apariencia puedan venderse o confundirse con éste”<sup>78</sup>. Y se establecen multas para los transgresores que van de 100 a 300 colones dependiendo de las reiteraciones en la contravención de este reglamento. Los encargados de vigilar el cumplimiento de este decreto son las autoridades de policía, resguardos fiscales e inspectores de sanidad, “y los que al efecto nombre el Instituto de Defensa del Café”<sup>79</sup>.

Para entonces, los dueños de fábricas de café adquieren el grano para el consumo popular en los remates que efectúa la Bolsa del Café, y en este reglamento se indica entonces que en ese organismo “no podrán ser rematadas clases de café fermentado dañino para la salud, ni clases mezcladas con materias extrañas como brozas, piedras, palillos y granos negros, en una proporción mayor de la que, de acuerdo con el consejo del Químico, determine el Instituto de Defensa del Café [pero aclara que] la elaboración y venta al público, de café en esas circunstancias, serán controladas

Siete años más tarde, la Junta Superior de la Segunda República decide derogar la Ley y el Reglamento pues considera que no se han podido controlar hasta ahora las adulteraciones, situación que perjudica a la industria cafetalera en tanto dificulta la venta de las clases de café para el consumo local, además, las disposiciones internacionales abogan por el control de este tipo de faltas en los países productores del grano. Respondiendo a esos objetivos, nuevamente se indica la prohibición de vender café mezclado con cualquier otra sustancia pero esta vez se crea una Agencia Principal de Policía específica del café que depende directamente del IDECAFE.

Aun así, el problema no logra resolverse y en 1953 se crea el registro de fabricantes de café, tostado y molido “en el que deberán inscribirse todos los fabricantes de la República” y además los obliga a empacar el producto debidamente identificado. Esta vez, quien juzga a los que transgreden la Ley es “la Agencia Judicial Específica del Café, en primera instancia con jurisdicción en todo el territorio de la República.”<sup>81</sup> El Reglamento de esta Ley dicta entonces la diferencia entre el café para consumo interno y el que se destina a la exportación de una manera más clara: para el primero se utiliza el grano de oro y para lo segundo en pergamino. De esta manera queda diferenciado el producto para evitar más tropiezos. Igualmente, se define el fabricante como “la persona natural o jurídica que sea propietaria de una fábrica, tostador o molino para la elaboración de café [y el comerciante de café tostado y o molido es] la persona natural o jurídica que en su establecimiento expendía café tostado y o tostado y molido al por mayor o al detalle”. Existe en todo caso la figura del comerciante de café crudo, aquel que actúa como intermediario entre la Bolsa del Café y el fabricante de café o comerciante detallista.

## LA BOLSA DEL CAFÉ

En las décadas de 1920 y 1930, las autoridades gubernamentales y los beneficiadores y productores de café, tienen ante sí el reto de mejorar el café que se consume internamente y aunque no hay consenso en este sector económico y político, la presión de diversos grupos nacionales los obligan a tomar medidas. Por una parte, tienen que evitar la adulteración del grano en el proceso de molienda y por otro, garantizar una materia prima de calidad aceptable, lo cual en momentos de crisis, significa una posible salida de las existencias que no logran colocar en el exterior. Lo primero se acomete a través de las legislaciones mencionadas que nunca llegan a ser definitivamente efectivas como se menciona anteriormente y lo segundo intentan dirimirlo con la creación de la Bolsa del café.

para el consumo interno, tarda seis años en organizarse. Ciertamente es que el 24 de julio de 1933, por la Ley No. 121, se encarga al recién creado Instituto de Defensa del Café esta tarea pero no será sino hasta octubre de 1938 cuando ese organismo dispone emprender la labor y el reglamento queda parcialmente listo en enero de 1939<sup>82</sup>.

Los lunes de cada semana, los beneficiadores, productores y comerciantes del café -tostadores y particulares- acuden a las instalaciones de la Bolsa para realizar, los primeros las ventas, y los segundos las compras. El precio, lo mismo que "las ofertas y las operaciones de venta de café en general, solo podrán hacerlas los beneficiadores, por excepción, los productores hasta el límite correspondiente a la cosecha de sus fundos."<sup>83</sup> Los oferentes, previo a la actividad, presentan a la Bolsa una muestra de un kilo del café que proponen y los clientes, con base en esa muestra, realizan la compra de la cantidad de café que requieren.

Lo que es evidente es que a pesar de que la Bolsa se encarga de los remates de café para el consumo interno y todos los beneficiadores están obligados a vender allí el grano destinado para satisfacer ese mercado, los contratos de venta no se cumplen. En 1939, el entonces Presidente de la Bolsa del Café, advierte a la Junta Directiva del Instituto que "varios beneficiadores con la excusa de haber dispuesto para fines de exportación, el café de consumo interno de sus patios mediante contrato de venta en firme, se han negado a ofrecerlo en las subastas de la bolsa"<sup>84</sup>. Según la normativa, "los beneficiadores están obligados a ofrecer en venta y a vender por medio de la Bolsa del Café, un mínimo del 10% del total del café recibido y preparado en sus patios, pues ese se considera como promedio de café inadecuado para la exportación, restante de cada cosecha"<sup>85</sup>. Efectivamente, varias firmas venden directamente el café a los compradores sin asistir a la Bolsa, sin ningún control de calidad, y otros, destinan para el mercado externo, el café de tercera que está designado para el consumo nacional. El primer caso que la Junta ventila es el de la empresa La Florentina S.A., ubicada en la Uruca del cantón de San José,

"por cuanto de los documentos respectivos aparece la venta de 77.088 libras de café de consumo interno, realizado con violación de las disposiciones legalmente dictadas por el Instituto una vez que dicha venta no se llevó a cabo por medio de los remates efectuados en la Bolsa del Café, sino directamente a uno de los compradores adscritos a la referida Institución"<sup>86</sup>.

Este tipo de ventas a espaldas de la Bolsa son frecuentes. Además, algunas cantidades de grano no se llevan a subasta y son vendidas directamente en las parcelas, situación que hace más

difícil la medición per cápita del consumo. La Junta decide, "comisionar al señor Agente Principal de Policía del Distrito de la Uruca de este Cantón para que conforme a los dispuesto en el artículo 2 de la Ley No. 121 de 24 de julio de 1933, que imponga a La Florentina S.A. de aquel domicilio, en la persona de su Gerente señor Florentino Castro, el máximo de la multa indicada en dicha disposición..."<sup>87</sup>, se trata de un monto de 1000 colones.

Lo cierto es que estas infracciones que continúan con recurrencia, impiden determinar con certeza la cantidad de café que se deja para el consumo interno. Sin embargo, es posible hacer una aproximación a la ingesta per cápita de café en el país.

Para 1923, cada costarricense consume un promedio de 2 libras de café por año<sup>88</sup>, unas 80 tazas en 365 días extraídas de las torrefactoras que funcionan en ese momento. No obstante, hay un monto adicional que no se puede medir por la ausencia de información disponible y que corresponde al grano que se obtiene de la parcela o la finca de la familia lo cual podría aumentar el consumo de tazas diarias de café por persona, o bien, las pulperías pueden abastecerse en parte del producto proveniente de las torrefactoras, pero también se proveen de otras fuentes: su propio sembradío, la fábrica de beneficiado, en las fincas aledañas, a través del robo, compra directa a productores o intermediarios, etc. Esto explica la cantidad de café per cápita que dibuja el Gráfico 2-2 donde se refleja un consumo constante y ascendente de café en el país desde 1910 hasta 1950. En tanto la población aumenta, la ingesta de esta bebida se mantiene entre 4 y 5 kilos de café por persona por

año, lo que indica a todas luces que la cantidad de café que se queda en el país es cada vez mayor.

En todo caso, determinar la ingesta de café per cápita en Costa Rica en el periodo comprendido entre 1840 y 1930 se torna difícil por la dispersión y la ausencia de información sistemática. Desde 1905, aproximadamente, el gobierno y

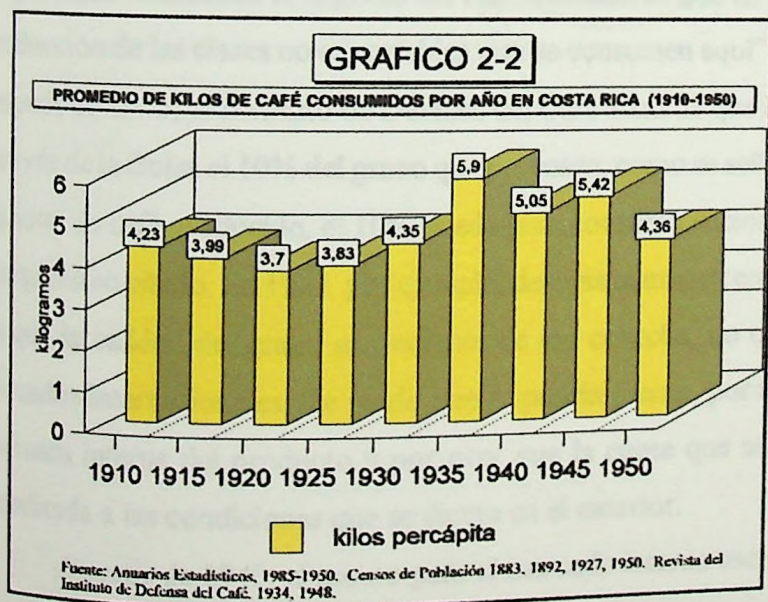
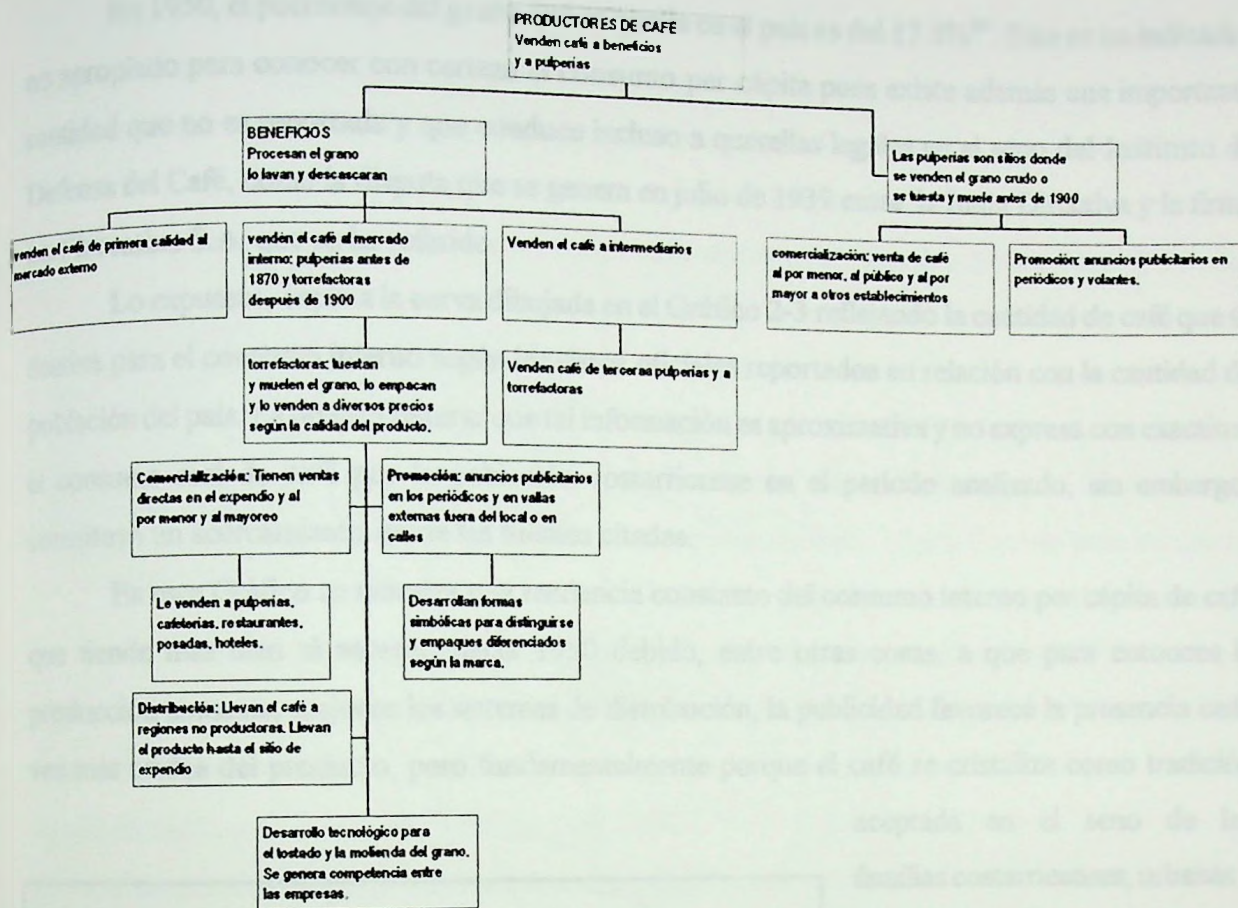


DIAGRAMA 2-1



las personas vinculadas al negocio del café, consideran que en el país queda “un diez por ciento de producción de las clases no exportables que se consumen aquí”<sup>89</sup>. Consecuentes con esta tendencia, después de 1933, el Instituto de Defensa del Café acuerda que los beneficiadores tienen que vender a través de la Bolsa el 10% del grano que procesan, como se señaló antes<sup>90</sup>, por tanto se supone que del total de café producido, el 10% queda para consumo nacional, monto que varía según disponga el organismo citado. En 1934, por ejemplo, designa mantener en el país el 12.55%<sup>91</sup>, entre otras cosas porque la calidad del grano proveniente de esa cosecha, no correspondía a las exigencias de los mercados internacionales. De modo que se podría pensar, por una parte, que hay un aumento en la demanda interna del producto y por otra que la cuota que se deja para el consumo interno está supeditada a las condiciones que se dictan en el exterior.

A partir de 1940, el monto para el mercado interno asciende al 15%, por iguales razones<sup>92</sup>. En el reglamento del IDECAFE se advierte que “el café de consumo interno se venderá solamente

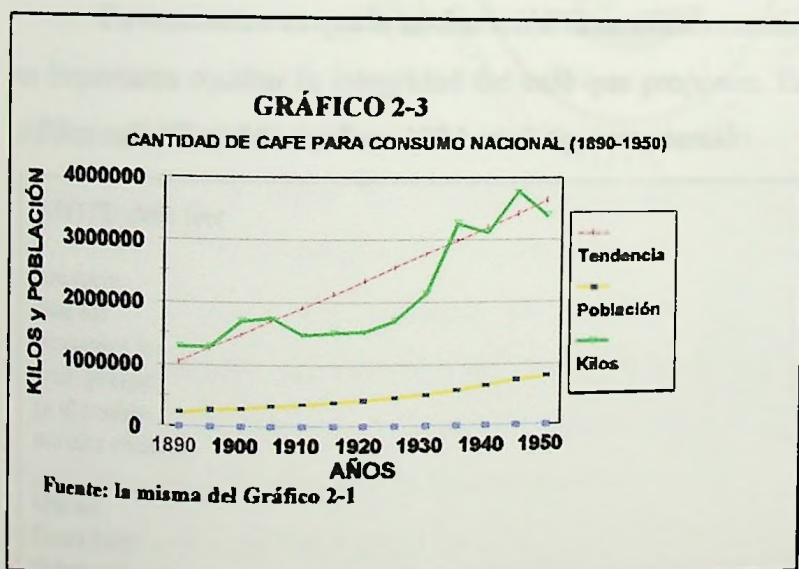
En 1950, el porcentaje del grano que se queda en el país es del 17.5%<sup>95</sup>. Este es un indicador no apropiado para conocer con certeza el consumo per cápita pues existe además una importante cantidad que no es reportada y que conduce incluso a querellas legales en el seno del Instituto de Defensa del Café, como la disputa que se genera en julio de 1939 entre la Junta Directiva y la firma La Florentina S.A. que se ha referido.

Lo expuesto, explica la curva dibujada en el Gráfico 2-3 reflejando la cantidad de café que se destina para el consumo interno según los datos oficiales reportados en relación con la cantidad de población del país. Es preciso reiterar que tal información es aproximativa y no expresa con exactitud el consumo real de café por la población costarricense en el período analizado, sin embargo, constituye un acercamiento desde las fuentes citadas.

En este Gráfico se muestra una tendencia constante del consumo interno per cápita de café que tiende más bien al ascenso hacia 1950 debido, entre otras cosas, a que para entonces la producción aumenta, mejoran los sistemas de distribución, la publicidad favorece la presencia cada vez más asidua del producto, pero fundamentalmente porque el café se cristaliza como tradición

aceptada en el seno de las familias costarricenses, urbanas y rurales.

En todo caso, al finalizar la primera mitad del siglo XX, es evidente la presencia de un mercado nacional más coherente y complejo (véase el Diagrama 2-1), un aumento en los ingresos disponibles y un robustecimiento de la productividad -del café-, todo lo cual conduce a marginar

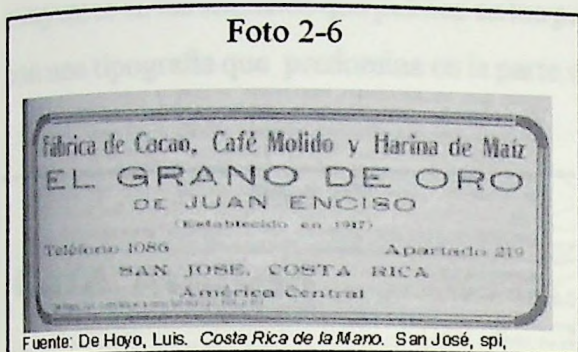


la mayor parte de las bebidas calientes: té, chocolate, guapinol, aguadulce, etc., sin hacerlas desaparecer por completo. Además, el gusto por el café más los códigos de significación que se han

## LA PUBLICIDAD DE LOS TORREFACTORES

No cabe duda de que los torrefactores dedicados al procesamiento del café no tienen reparo alguno en mezclar el grano durante el proceso de tostado y molienda con diversos productos, incluso hay quienes, que como Juan Enciso, ofrecen simultáneamente en su negocio cacao, café y harina de

maíz, éste último grano es quemado y adherido al café durante la cocción (véase foto 2-6). Sin embargo, la mayoría de los fabricantes intentan atraer a los clientes, en la publicidad que despliegan, asegurando la limpieza del producto que ofrecen, una práctica que se ensaya desde principios de siglo. López Cantillo pues en marzo de 1905, anuncia en *El Heraldo de Costa Rica*



que su café "El Telégrafo", (véase foto 2-7) "no pierde su rico aroma, cualquiera sea el clima donde se mande [además] garantizamos la pureza de nuestro artículo."<sup>96</sup> En 1926, Raúl Odio igual insiste en que el "Café de Familia" segunda clase, que su empresa vende, es un producto "...puro de sabor natural escogido y bien tostado"<sup>97</sup> (véase foto 2-8).

En momentos en que la adulteración es un asunto cuestionado por diversos sectores sociales, es importante resaltar la integridad del café que proponen. Eso explica el texto del anuncio que publica café "Tres Montes" en 1924 en el siguiente sentido:

"USTED debe leer

con aten-  
ción las  
siguientes li-  
neas, porque  
ya el proble-  
ma esta resuelto

Que en  
Costa Rica  
el pais del  
café,  
no se tome café bueno es cosa inconcebible.

Según este anuncio, para el público exigente, empieza ya a promocionarse una fábrica con café que compite por calidad, no por precio, incluso su "calidad extra fina" tiene un costo menor por libra que el "Café Extra" "de calidad insuperable para el gusto más exigente" (véase foto 2-9) que promociona Fernando Castro, por ejemplo. A diferencia de Castro, sin embargo, "Tres Montes" introduce el empaque de papel primero y de plástico revestido después. Utilizando formas de mercadeo sofisticadas para la época, "Tres Montes" (véase foto 2-10) recurre a exposiciones visuales atractivas en los anuncios que publica en los periódicos, destaca por ejemplo el nombre del producto, con una tipografía que predomina en la parte superior del recuadro del aviso publicitario, subrayado

y claramente diferenciada del resto de la información que adiciona. Si insiste en que su diferencia con el resto de los cafés que se presentan en el país, es la calidad de la materia prima con la que se elabora y el empaque fresco y diario. Más aun, se posesiona en el mercado por su marca y simbología, no por el nombre de su dueño.



Esta última es una práctica ya legendaria entre los fabricantes de café molido que promocionan su producto en el mercado nacional, por ejemplo, en marzo de 1905, López Cantillo anuncia en *El Heraldo de Costa Rica*, el café "El Telégrafo", que él procesa y distribuye "...en todos los establecimientos de primer orden..."<sup>98</sup> Esta es una rutina ya para la década de 1920, la marca del producto lo identifica independientemente del apelativo del dueño de la fábrica. Café Triángulo y Café Dorado son quizá los que tienen mayor difusión y se extienden al territorio nacional con más rapidez y decisión.

Resulta interesante que es en la década de 1920, cuando se desata una lucha por la captura de clientes entre los dueños de fábricas de café lo que conduce a desarrollar formas de mercadeo más



refinado, a través de carteles publicitarios en los periódicos de la época, que se evidencia no solo en la cantidad de avisos que se despliegan sino también en las diversidad de tácticas que introducen en los mensajes que divulgan. Raúl Odio, por ejemplo, dueño del “Café de Familia” dice sin reservas que ofrecen un café de segunda, pero garantizado, tanto que si el cliente no está satisfecho, éste puede devolver el producto y recuperar el dinero invertido. Este café tiene un costo de 1.25 la libra mientras el de su competidor, “Café Extra” de Fernando Castro se vende en cinco centavos más la misma cantidad. En el formato del anuncio, Odio recurre a la reiteración como herramienta para fijar su mensaje, por ejemplo, el nombre del producto “Café de Familia” se coloca en la parte superior y en la parte inferior del recuadro, con caracteres tipográficos de tamaño superior al usado en el resto de la información que proporciona. Además, el nombre mismo del producto, “Café de Familia” apela al hogar, a la intimidad, al confort, al placer. Se recurre al color rojo en el empaque del café, y ese color en especial, tiene efectos hipnóticos sobre los compradores y las mujeres se sienten particularmente atraídas por el<sup>99</sup>.

Recurrir a las señoras es una estrategia que usa explícitamente Fernando Castro. Acudir a un público específico, en este caso las mujeres, es convertir el producto en una proyección de sí mismas, además hoy es conocido, que las mujeres toman el 80% de las decisiones adquisitivas familiares. Más aún, para garantizar sus ventas, Castro realiza sorteos todas las semanas y en esas actividades se obtienen premios en efectivo de acuerdo con el número que se imprime en el recibo de pago.



Raúl Odio utiliza un sistema de mercadeo del producto que le permite aumentar las ventas y desarrollar su empresa y crear una cadena de molinos en el casco capitalino. Carlos Luis Odio, su hermano, sigue el ejemplo y ensaya una novedosa forma de distribución que le ayuda a expandir las ventas geográficamente dentro y fuera del país. El siguiente anuncio publicitario que expone en la Guía Comercial de 1927 evidencia lo expuesto:

**CAFÉ**

El aroma de nuestro café prueba la superioridad del grano de primera clase

**CHOCOLATES**

El rico sabor de nuestros chocolates es autenticado  
Por la gente que tiene buen gusto

**NUESTRAS VENTAS**

Las hacemos dentro y fuera del país, enviándolo por paquete postal o carga: en paquete de 1 libra o en latas de 20 libras"

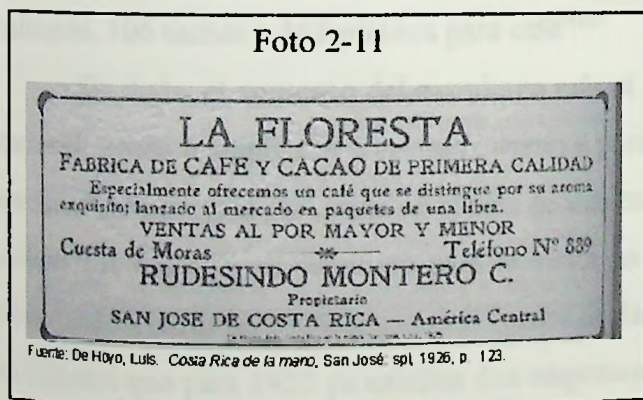
El mejoramiento en los sistemas de distribución unido a la presencia y expansión de las fábricas de torrefacción, molinos y el progreso en los sistemas de transporte, pone a disposición de los tenderos y consumidores domésticos, un producto de diversas calidades y precios.

Estos anuncios, particularmente el de "Tres Montes" y el de Carlos Odio, evidencian el inicio de un consumo conspicuo por lo menos en el área metropolitana. El producto no se adquiere por necesidad o deseo sino por otras razones, por lo que el bien simboliza<sup>100</sup>. Si se cuenta con el dinero suficiente, se logra obtener un grano molido, de calidad, si en cambio se carece de ingresos, no puede más que procurarse de un bien adulterado.

Además de la candidez del producto y de su categoría, se argumenta reiteradamente el aroma del producto, un atributo indispensable en el café, y esto no causa extrañeza pues la calidad del café

depende de cuatro componentes básicos: el aroma, el cuerpo, la acidez y el sabor. El aroma es familiar y bastante obvio: la fragancia. El cuerpo es una cualidad más subjetiva y se refiere al sentimiento o el peso del café en la boca. La acidez no se refiere al nivel de pH sino al brillo, y a la claridad. El sabor es el gusto sutil que explota en la boca y perdura en la memoria gustatoria<sup>101</sup>. En

Foto 2-11



Fuente: De Hoy, Luis. *Costa Rica de la mano*, San José: spl 1926, p. 123.

1925, Rudesindo Montero, dueño del café "La Floresta" indica que "ofrecemos un café que se distingue por su aroma exquisito"<sup>102</sup> (véase foto 2-11). Carlos Odio señala que "el aroma de nuestro café prueba la superioridad del grano de 1ra. Clase" y López Cantillo destaca que su café "El

Capítulo 2 140

“Telégrafo” no pierde su rico aroma” a pesar de las variaciones climáticas. Entre tanto, Odio, anunciando el “Café de Familia” de 2da. clase, asegura que se trata de un “café puro, de sabor natural escogido y bien tostado”<sup>103</sup>. Otros simplemente afirman que la calidad de su café es insuperable, “para el gusto más exigente”, como lo hace Fernando Castro. El cuerpo y la acidez de la bebida, son cualidades que no explotan los fabricantes costarricenses en sus anuncios publicitarios.

### OTROS APOYOS PARA LA EXPANSIÓN DE LA BEBIDA

No cabe duda de que los cambios en el “marketing” del café favorecen un aumento del consumo nacional del grano que también se ve estimulado por la oferta de artículos adicionales necesarios para la preparación y presentación de la bebida: cafeteras, tostadores, tazas, mesas para café... en noviembre de 1873, *El Costarricense* anuncia que en la fábrica de licores “se venden cafeteras de varios tamaños” lo mismo que “tostadores de café [también] de varios tamaños”<sup>104</sup>. En *El Diario de Costa Rica* de 1886, Luis Ellinger y Hermano promocionan igualmente la venta de cafeteras<sup>105</sup>.

Lo cierto es que para 1890 *El Herald Diario del Comercio* señala la existencia en el mercado de cristalería, entre la que se destacan juegos de tazas para café<sup>106</sup>. Al parecer el jarro de lata es usado por los sectores populares pues las élites prefieren degustar el café en tazas de fina cristalería y además, se puede suponer que se trata de artículos cada vez más demandados pues dos años después, don Agustín de Gana presenta ante las autoridades de la aduana una factura que “corresponde al envío de mercaderías destinadas a Costa Rica, entre las cuales se incluyen 15 cafeteras, 106 tacitas y 163 platitos para café”<sup>107</sup>.

Sin duda, el aumento del excedente más el control sobre la calidad del café para mercado nacional, ayuda a ampliar el consumo interno a partir de 1930 como es evidente en el Gráfico 2-2, pero a esto se suma la presencia en el país de una cantidad importante de fábricas de café tostado y molido que destinan su producto para la venta en el territorio nacional y cuyas actividades han comenzado a partir de 1905. Aunque se carece de datos anteriores a esa fecha (véase el Cuadro 1-2), es evidente que para 1920 ya existían dos empresas, la de Ricardo Dorado y la de Raúl Odio, que funcionan en el casco capitalino y a juzgar por los anuncios que exponen en los periódicos de la época, compiten entre sí por los clientes. En el *Diario de Costa Rica*, uno de los impresos de mayor circulación en 1927, Ricardo Dorado dice sin más a sus lectores que ofrece dos productos: café y cacao y detalla la ubicación del local, su apartado y su teléfono con el objetivo evidente de que sus

Mientras Dorado no detalla cualidades del producto que ofrece ni brinda pormenores, su competidor, Raúl Odio, quien había logrado establecer una cadena de negocios destinados al molino del café, señala en su anuncio publicitario:

“El café  
PURO Y AROMÁTICO es un  
elemento indis  
pensable para la buena digestión  
R. ODIO & Cía.  
En cualquiera de sus casas lo muelen a vista de Ud”<sup>108</sup>.

La alusión directa a la calidad del café para favorecer el proceso digestivo, encierra una intención clara del torrefactor por atraer consumidores. Las características mágicas de esta bebida se destacan en diversos textos publicados en el país, especialmente difundidos por el Instituto de Defensa del Café, como se verá más adelante en este capítulo.

Por lo demás, al moler el grano a la vista del cliente, Raúl Odio le garantiza a éste que no tiene mezclas en esta parte del proceso pero no la pureza del producto pues durante la torrefacción también se le pueden añadir ingredientes al grano.

## LOS ATRIBUTOS MÁGICOS DEL CAFÉ

Paralelo a las gestiones gubernamentales y a la campaña de mercadeo que emprenden las distintas empresas procesadoras del grano, se divulgan una sucesión de estudios referentes a las cualidades mágicas de la bebida.

Como parte de la preocupación por estimular el consumo interno del café, El Instituto de Defensa difunde una serie de artículos, algunos provenientes de fuentes científicas, donde se llama la atención sobre los beneficios derivados de la ingesta de esa bebida en la salud humana. Al café se le atribuyen numerosas propiedades curativas: es apropiado para el funcionamiento cardiaco, para los riñones y las jaquecas.

Los escritos señalan que aunque carece “de sustancias proteínicas [contiene] ciertos elementos que imparten fortaleza a los tejidos de los tres grandes sistemas, el sanguíneo, el muscular y el nervioso”<sup>109</sup>. Más aún, se destaca que la cafeína

“es un estimulante de las energías cardiacas. El café es un precioso agente de las

intoxicaciones como contraveneno por la ingerencia del opio, de las solanáceas virosas, el choral y el alcohol. Bajo el influjo del café el corazón se mueve más activamente, la circulación arterial y venosa es más rápida. El cerebro recibe mayor cantidad de sangre y se vuelve más apto para generar las más brillantes ideas, ahuyentando el sueño y la fatiga del trabajo mental. Es un estimulante, pues, como el té, el mate, la kola y el cacao.<sup>110</sup>

Esta alusión explica entonces la preocupación tanto de la Costa Rica Railway Company, luego de la United Fruit Company en 1930, como de los encargados de los trabajadores que realizan las obras sobre el río Jesús María en 1844, por suministrarle a los obreros café en proporciones importantes para aumentar su productividad.

Los promotores del consumo interno del café no colaboran ingenuamente para que ésta se convierta en la bebida soberana del país después del cambio de siglo. Su producto tiene propiedades particulares adecuadas a los imperativos de la vida industrial que surge<sup>111</sup>. Sus cualidades estimulantes podían aprovecharse para responder a la lógica del moderno orden capitalista pues constituye un instrumento para fortalecer el cumplimiento racional y enérgico de las tareas diarias y la ayuda para el ocio y la sociabilidad en casa, los escenarios públicos y el lugar de trabajo. En el desayuno, antes de la jornada diaria y durante la misma, el café suministra las cargas de energía para mantener la productividad y también permite la recuperación de esa energía en contextos públicos y privados, cada uno con su propia retórica y rituales elaborados.

En Estados Unidos, “más que un instrumento para aumentar la productividad, la manera particular en que el café ayudó a construir la naturaleza y los propósitos del tiempo de ocio reflejó el surgimiento de una sociedad consumidora... lo cual significó una cultura del trabajo y del gasto... donde el tiempo era convertido en dinero, en el sitio de trabajo y fuera de él”<sup>112</sup>.

De manera que llama la atención que tanto en la cárcel de San Lucas como en los cuarteles militares en los años de 1890 y 1875 respectivamente, se consumen importantes cantidades de café. En el presidio, por ejemplo, el café es la única bebida caliente que se ofrece tanto a internos como a empleados del penal. Mensualmente se gastan 92 kilos del grano para ser distribuidos entre 32 encargados y 130 presidiarios<sup>113</sup>, de modo que cada uno ingiere por día poco más de 0.6 onzas, igual cantidad que toman los obreros costarricenses durante los trabajos de construcción del ferrocarril. Se trata de aproximadamente tres tazas de café poco concentrado.

Entre tanto, 10 soldados y 2 sargentos en el cuartel de Bagaces en marzo de 1875, ingieren

4 quintales de café en un mes, lo que corresponde a cerca de medio kilo por persona por día, un promedio de 9 tazas<sup>114</sup>. Es una cantidad copiosa que solo se podría explicar en el sentido de que se trata de un estimulante para mantener a los efectivos despiertos durante un tiempo prolongado. No obstante, parece que los trabajadores de la rama castrense acostumbran ingerir porciones excesivas de café, pues en marzo de 1875, el General Tomás Guardia, visita la zona de Guanacaste acompañado de una guardia de honor compuesta por diez hombres. En ese viaje que dura un mes, la comitiva se hospeda en Bagaces por espacio de tres días y las cuentas por café ascienden a \$1,50, esto es lo equivalente a 5 quintales<sup>115</sup>. Buena parte del mismo lo cargan en su camino hacia Guanacaste donde deben contratar a “una muger en “el Tendal” [para] haser café para el séquito que acompañaba al General Presidente”<sup>116</sup>.

El café no es la única bebida de los soldados costarricenses en ese período, también se aplican notables cantidades de aguardiente y los ubicados en los rangos superiores, deleitan su paladar con vino. Estas bebidas acompañan las porciones de arroz, frijoles, gallina, tortillas, huevos y carne salada<sup>117</sup>.

Ya en 1890, un número no especificado de militares participa en una expedición a Santa Ana por espacio de aproximadamente siete días y consumen un quintal de café, además de carne, arroz, papas, verduras, frijoles, pan y “vino para instructores”<sup>118</sup>. Esta cuantía de café podría indicar que se utiliza como estimulante para mantener a los hombres solícitos durante las largas jornadas nocturnas.

Por lo demás, el café también se promueve como sustancia básica para el funcionamiento renal en tanto tiene “el poder de hacer fluir copiosamente los orines”<sup>119</sup>. Los dolores de cabeza están directamente relacionados con los problemas renales, ocasionados por la ausencia de cafeína en el cuerpo; al tomar café la molestia se elimina.

Además de diurético, la ingesta de café combate la fiebre “el estupor que acompaña la fiebre tifoidea, el estupor y narcotismo espontáneo, las afecciones y apoplejiformes, y sobre todo, para combatir los efectos tóxicos del opio, belladora, beleño, ciertos hongos, etc.”<sup>120</sup>

El café amargo también disminuye o anula los efectos de la embriaguez, lo que explicaría en parte la combinación de ambas bebidas que realizan los encargados de la construcción del ferrocarril al Atlántico en la década de 1860.

Al atacar las afecciones intestinales y despertar “la actividad del aparato digestivo” combate también la obesidad. Es útil además contra las hernias estranguladas, el asma, los cálculos, la tisis, las



No cabe duda de que el consumo de café crece decididamente en las primeras dos décadas del siglo XX y se expande con rapidez en todo el territorio nacional. ¿Cómo y por qué ocurre este fenómeno? Múltiples factores parecen concatenarse para dar como resultado el establecimiento y la expansión de la costumbre de tomar café en Costa Rica, elementos que están a su vez estrechamente relacionados con una sociedad que cambia y se transforma precisamente en ese periodo.

Por una parte, se desarrolla una agresiva oferta del producto. Está presente en la mayoría de los establecimientos comerciales, denominados pulperías, ya al finalizar el siglo XIX, lo que significa a su vez, que hay una demanda en crecimiento que se explica en buena medida en el hecho de que las posibilidades de contar con un terreno para cultivar el grano para el consumo doméstico, son cada vez más lejanas para buena parte de la población. Además, es una sociedad que se monetariza, en mucho debido a la presencia cada vez más frecuente de un sector de asalariados en expansión y por ello, cuenta con recursos para adquirir el café que se ha convertido en elemento indispensable en su mesa.

Con el nacimiento del siglo XX surgen también negocios especializados en el procesamiento del grano, fábricas que tuestan, muelen y empaacan el café, empresas que además desarrollan formas de comercialización y de distribución novedosas del producto. De inmediato buscan maneras de promocionar el efecto y lo hacen preferiblemente en los periódicos que circulan en ese momento. La lucha por la captura de clientes los conduce a renovar las formas de anunciarse y en poco tiempo, recurren a recursos retóricos y simbólicos que los auto identifica ante un público demandante cada vez más heterogéneo.

Los negocios surgen en diferentes partes del país, pero fundamentalmente en zonas donde el cultivo del grano no es posible, como Limón, lugares donde la población es asidua tomadora de café debido en mucho a la presencia de inmigrantes que tienen el hábito de ingerirlo y que por tanto, estimulan su expansión en el país. Pero más aun, es un estimulante para los obreros que laboran en las empresas capitalistas que se desarrollan en la región y por tanto, se usa como bebida caliente, barata para aumentar la eficiencia que se requiere dentro del sistema que se desarrolla.

Los fabricantes a su vez, descubren formas para ofrecer un café procesado de distintas calidades según la capacidad de compra de los diferentes sectores sociales. Para los de bajos recursos, tienen un café adulterado que además les proporciona ganancias importantes, y para los grupos

sociales con mayor poder adquisitivo, ofrecen un café de calidad de exportación -puro- aunque también brindan cafés intermedios para los sectores con mediana capacidad de compra. De esta manera, cubren la totalidad de las capas sociales de la población.

La adulteración, sin embargo, es un asunto que preocupa en primer término a las autoridades de salubridad pública, en el contexto de una sociedad que sufre importantes deterioros en ese campo y que se manifiesta en epidemias y muertes abundantes. Se dictan entonces legislaciones que poco afectan el estado de cosas desde un aparato estatal que intenta mantener la paz social sin perder el control y que además tiene importantes compromisos con los productores y beneficiadores del grano.

Pronto, éstos últimos descubren que el consumo interno podría constituir una salida para el café que no logran colocar en el exterior tras cosechas abundantes recibidas a precios cada vez más reducidos por parte de los importadores. Las políticas de salubridad pública resultan una panacea para obligar a los torrefactores a adquirir una mayor cantidad de grano a través de normativas que impiden la mezcla de café con sustancias diversas.

Se crean organismos reguladores, legislaciones, reglamentos, cuya efectividad no es decisiva para solucionar el problema de la adulteración.

Paralelamente, en busca de consolidar el mercado interno, se divulgan estudios científicos, apoyos importantes para impulsar el consumo del café en el país.

Todos estos factores son decisivos para la expansión de la costumbre que además, en el contexto del desarrollo del capitalismo en Costa Rica, resulta una bebida indispensable para estimular la efectividad en los trabajadores y por tanto, la eficiencia necesaria para la reproducción del sistema imperante.

1. González Zeledón, Manuel. *Cuentos de Magón*. San José: Editorial Costa Rica, 1994, p. 74.
2. *Diario de Costa Rica*, 30/1/1885, p.4.
3. *Diario Costarricense*. 17/7/1888, p. 4.
4. *El costarricense*. 16/7/1873, p. 4.
5. *El Independiente*. 1/12/1893, p. 4.
6. *El costarricense*. 4/11/1873, p. 4.
7. Oficina Nacional de Estadística. *Anuario estadístico* 1883. San José: Imprenta Nacional, 1883, p. 21.
8. Oficina Nacional de Estadística. *Anuario estadístico* 1883. San José: Imprenta Nacional, 1884, p. 142.
9. *El Heraldo, Diario del Comercio*. 24/7/1888, p. 3.
10. *Otro Diario*. 8/11/ 1889, p. 4.
11. Oficina Nacional de Estadística. *Anuario estadístico* 1883. San José: Imprenta Nacional, 1910, p. 6-10.
12. Loc., cit.
13. *Diario de Costa Rica*, 12/12/1885, p.4.
14. *Boletín Comercial*. 3/11/1902, p.2.
15. *El figaro*, 1/7/1901, p.4.
16. *Otro Diario*. 5/4/1886, p. 4.
17. Núñez, Francisco María "Impresiones de la infancia." En: Zeledón Cartín, Elías. *Imágenes costarricenses*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1994, p. 25.
18. Peralta, Genaro. *Guía- Directorio de la ciudad de San José*, 1905. San José: Imprenta y Librería de Antonio Lehman, 1905, p. 65
19. Oficina Nacional de Estadística. *Anuario estadístico* 1907. San José: Imprenta Nacional, 1907, pp. 199, 358.
20. Oficina Nacional de Estadística. *Anuario estadístico* 1907. San José: Imprenta Nacional, 1907, p. 67.
21. Oficina Nacional de Estadística. *Anuario estadístico* 1908. San José: Imprenta Nacional, 1908, pp. 354, 355.
22. Oficina Nacional de Estadística. *Anuario estadístico* 1915. San José: Imprenta Nacional, 1915, p. 446.
23. Vega, José Luis. *Hacia una interpretación del desarrollo costarricense: ensayo sociológico*. San José: Editorial Porvenir, 1982, pp. 179-188.
24. Chacón de Odio, Flory. *Historia de El Gallito*. San José: Taller Gráfico El Gallito, 1979, p. 7.

27. Dirección General de Estadística y Censos. Anuario estadístico 1907, pp. 198-201.

28. Chacón de Odio, Flory, op., cit., p. 10.

29. González, Edwin. *Nuestra Historia. Evolución de la población de Costa Rica 1840-1940*. San José: UNA/UNED, 1991, p. XI. Fotografía Colección Rogelio Mora S. San José hacia 1912.

30. Sobre el proceso de ruralización y proletarización, véase: Samper, Mario. "Los productores directos en el siglo del café". En: *Revista de Historia*. Heredia, (Costa Rica). No. 7 (1978). Pp. 123-217, p. 194. Acuña, Victor Hugo y Molina, Iván. *Historia económica y social de Costa Rica (1750-1950)*. San José: Porvenir, 1991, p. 140. Mora Carvajal, Virginia. "Rompiendo mitos y forjando historia. Mujeres urbanas y relaciones de género en el San José de los años veinte". Tesis para optar al grado de Magister Scientiae en Historia, San José: Universidad de Costa Rica, 1998, p. 166.

31. *Libro Azul de Costa Rica*. Tomo II. Costa Rica: Imprenta Alsina, 1916., p. 436.

32. Samper, Mario. "Los productores directos en el siglo del café". En: *Revista de Historia* (San José-Costa Rica) No. 7, julio-diciembre 1978, p. 164.

33. *Loc.*, cit.

34. *El libro azul de Costa Rica*, San José: Imprenta Alsina, 1916, p. 331.

35. Rodolfo Cortés. *Entrevista*, San José, 7 de agosto, 2001.

36. <http://www.rfmeseta.com>

37. *Diario del Comercio*. 18/8/1920, p. 7.

38. Barrantes, William. *Recopilación de leyes relativas al café*. San José: Oficina del Café, 1954, p. 48.

39. *Ibid.*, p. 49.

40. *Revista del Instituto de Defensa del Café*. Tomo XVI. No. 140, San José: Instituto de Defensa del Café, julio 1946, p. 535.

41. Barrantes, op., cit., p. 46.

42. Pendergras, Mark. *Uncommon Grounds. The History of Coffee and How It Transformed Our World*. USA: Basic Book, 1999, p. 60.

43. *Diario de Costa Rica*. 26/6/1929, p. 4.

44. *Diario de Costa Rica*. 26/6/1929, p. 4.

45. El análisis de la crisis a nivel centroamericano se encuentra en: Bulmer-Thomas, Víctor. "La crisis de la economía de agroexportación (1930-1945)". En: *Historia General de Centroamérica*. Editor Víctor Hugo Acuña. España: Ediciones Siruela, S.A., 1993.

46. Albarracín, Priscilla y Pérez, Héctor. *Estadísticas del comercio exterior de Costa Rica: importaciones y exportaciones (1907-1946)* San José: Escuela de Historia y Geografía, UCR, 1977, p. 27.

47. Hall., op., cit., p. 115.

48. Censo de Población 1864. San José: Oficina de Estadística y Censos, 1964, p. 3.

49. Censo de Población 1883. San José: Oficina de Estadística y Censos, 1964, p. 12.

50. Censo de Población 1892. San José: Oficina de Estadística y Censos, 1974, p. X-XV.

51. Samper, Mario, ed. *El censo de población de 1927: creación de una base nominal computarizada*. San José: Universidad de Costa Rica, Centro de Investigaciones Históricas, 1991.

52. Samper, Mario. "Los productores directos en el siglo del café". En: *Revista de Historia*. Heredia (Costa Rica). Número 7 (julio-diciembre 1978), pp. 123-217.

53. Acuña, Víctor Hugo. *Los orígenes de la clase obrera en Costa Rica: Las huelgas de 1920 por la jornada de ocho horas*. San José: CEPAS, CENAP, 1986., p. 9.

54. La historia social de este período es ampliamente analizada por Acuña, Víctor Hugo. *Op., cit.*, Resultó útil el resumen que realiza Taracena Arriola, Arturo. "Liberalismo y poder político en Centroamérica". En: *Historia General de Centroamérica*. Tomo IV. España: Ediciones Siruela S.A., 1993., p. 227. Paralelamente, es notorio el creciente desempleo producido en la actividad bananera que antes de 1913 había generado una fuerza laboral plenamente proletarizada, mientras la frontera agrícola es más remota e inaccesible, todo lo cual genera cada vez más frecuentes y agudos conflictos sociales por posesión de tierras y por condiciones laborales y por precios, movimientos y luchas de artesanos y obreros para elevar los salarios y disminuir la jornada laboral, además logran que avance la legislación social con las leyes inquilinarias, la ley de accidentes laborales, fundación del Banco de Seguros, ley de organización municipal, etc

55. Samper, 1978, op., cit., pp. 185-186.

56. *Ibid.*, p. 188.

57. Vega Carballo, op., cit., p. 190. Carolyn Hall advierte que en Costa Rica, al igual que en la mayoría de los países subdesarrollados, la urbanización precedió al establecimiento de las modernas manufacturas y el sector terciario, no el secundario, generó la mayor parte del empleo trabajo. La industrialización se aplazó hasta las décadas de 1960 y 1970, cuando Costa Rica se asoció al Mercado Común Centroamericano y adoptó una política de desarrollo hacia adentro. Hall, Carolyn. *Costa Rica, una interpretación geográfica con perspectiva histórica*. San José: Editorial Costa Rica, 1984, pp. 281-282.

58. Samper, 1978, op., cit., p. 205.

59. Ley No. 52. *Colección de Leyes y Decretos*. Costa Rica: Imprenta Nacional 1922, pp. 226-287

60. González, Edwin. *Evolución histórica de la población de Costa Rica (1840-1940)* (Nuestra Historia, fascículo 9). San José: Universidad Nacional-UNED, 1991, pp. 65-66.

61. Molina, Iván y Palmer, Steven. *La voluntad radiante. Cultura impresa, magia y medicina en Costa Rica (1897-1932)*. San José: Editorial Porvenir y Plumsock Mesoamerican Studies, 1996, p. 112.

62. Resolución No. 21. 17 de marzo de 1925. En: Barrantes, op., cit., p. 42.

65. En total, para 1927 se contabilizan 10 torrefactoras en San José. El dato fue obtenido de Guía Comercial de Costa Rica, 1927. San José, Imprenta La Tribuna, 1927, p. 73.

66. Resolución No. 21. 17 de marzo de 1925. En: Barrantes, op., cit., p. 43.

67. Resolución No. 27. 13/4/1925. En: Barrantes, op., cit., pp. 41-46.

68. Resolución No. 23. 20/4/1925. En: Barrantes, op., cit., pp. 47-50.

69. Decreto Ejecutivo No. 16. *Colección de Leyes y Decretos*. Costa Rica: Imprenta Nacional 1931, pp. 779-804.

70. Ley No. 63. *Colección de Leyes y Decretos*. Costa Rica: Imprenta Nacional 1931, pp. 777-778

71. *Colección de Leyes y Decretos*. Costa Rica: Imprenta Nacional 1933, pp. 49-50

72. Actas del Instituto de Defensa del Café. 23-5-1934, f. 52.

73. Actas del Instituto de Defensa del Café. 4-7-1934, f. 64.

74. ANCR, Serie Congreso, No. 1592, 22-5-1937, f. 1.

75. Ibid., f. 3.

76. Carranza, Solís, Jorge. *Monografía del café*. San José: Imprenta Nacional, 1935, p. 532.

77. Loc., cit.

78. Reglamentación de la venta de café tostado y molido, que prohíbe las mezclas con sustancias extrañas” En: *Revista del Instituto de Defensa del Café*. San José, No. 85, 1941, pp. 155-156, p. 155.

79. Loc., cit.

80. Ibid., p. 156.

81. *Colección de Leyes y Decretos*. Costa Rica: Imprenta Nacional 1953, pp.93-95., p. 93.

82. Actas del Instituto de Defensa del Café. Sesión XVIII, 23-06-1939, p. 81.

83. Actas del Instituto de Defensa del Café. Sesión VII, 28-10-1938, p. 19.

84. Actas del Instituto de Defensa del Café. Sesión XVIII, 23-06-1939, p. 82.

85. Loc., cit.

86. Acta de la Junta Directiva. Instituto de Defensa del Café, 14 de julio, 1939, f. 89.

87. Acta de la Junta Directiva. Instituto de Defensa del Café, 28 de julio, 1939, ff. 92-93.

88. La relación se obtuvo multiplicando el número de kilos producidos en las torrefactoras por 2.2 para tener las libras y se dividió entre la población total en ese momento que ascendía a 444.004 habitantes. De cada libra sale un promedio de 40 tazas de café. Anuario Estadístico. San José, Dirección General de Estadística y Censos, 1923, p. 31.
89. Echeverría Morales, Guillermo. "Comentario acerca de nuestra producción de café". En: *Suplemento La Tribuna, Homenaje al café de Costa Rica*, octubre, 1933, p. 72.
90. Acta de la Junta Directiva. Instituto de Defensa del Café, 23 de junio, 1939, f. 89.
91. *Revista del Instituto de Defensa del Café de Costa Rica*. No. 1, noviembre, 1934, p. 29.
92. "Reformas al Reglamento para la venta y exportación de café". No. 12. *Revista del Instituto de Defensa del Café*. No. 85, 1941, p. 455.
93. *Ibid.*, p. 457.
94. *Ibid.*, p. 458.
95. Proyecto de Ley Reguladora del Comercio y Torrefacción del Café", op., cit., p.8.
96. *El Heraldo de Costa Rica*, 3/3/1905, p. 4.
97. *Diario de Costa Rica*, 26/10/1926, p. 2.
98. *El Heraldo de Costa Rica*, 3/3/1905, p. 4.
99. Sobre la retórica publicitaria véase. Packard, Vance. *Las formas ocultas de la propaganda*. Buenos Aires: Editorial sudamericana, 1978.
100. El consumo conspicuo es frecuente en el mundo moderno y es una de las características del surgimiento de la sociedad de consumo. Sobre este tema véase: Burke, Peter. "Res et verba: conspicuous consumption in the early modern world." In: *Consumption and the World of Goods*. John Brewer & Roy Porter, ed. USA: Routledge, 1994, p. 149.
101. Pendergrast, Mark, op., cit., p. XVII.
102. De Hoyo, Luis. *Costa Rica de la mano*. San José: spi, 1926, p. 12.
103. *Diario de Costa Rica*, 26/10/1926, p. 2.
104. *El Costarricense*. Costa Rica, 4/11/1873, p.4.
105. *Diario de Costa Rica*, Costa Rica, 16/1/1886, p.3.
106. *El Heraldo Diario del Comercio*. Costa Rica, 20/11/1890, p. 3.
107. ANCR, Serie complementaria, No. 4955, 6-8-1892, f 2 y 3.
108. *Diario del Comercio*. San José, 19/8/1920, p. 7.
109. "El café, sus propiedades, cultivo y usos." *Suplemento Homenaje al café de Costa Rica*. San José. *La Tribuna*. sp., 1934.

111. El desarrollo industrial fue débil pero en la década de 1930 surge poco a poco un proletariado industrial y fue desarrollándose un sector industrial de pequeños empresarios nacionales, igualmente débiles, que se apropiaban de la plusvalía de sus obreros. Véase. Samper, Mario. "Los productores directos en el siglo del café". En. *Revista de Historia*. Heredia, (Costa Rica). No. 7 (1978). Pp. 123-217, pp. 186-187.
112. Jiménez, Michael, op., cit., p. 161.
113. ANCR. Serie Policía, No. 4915, 1890, f. 1, 5 y 13. Odio Benito, Elizabeth. "Clausura del Centro Penal San Lucas, 1874-1991". Mimeografiado, p. 2.
114. ANCR. Serie Guerra y Marina. No. 6976, 1875, ff. 55 y 59.
115. Ibid., f. 63, 66, 71 y 73.
116. Ibid., f. 73.
117. Ibid., f. 62 y 66.
118. ANCR. Serie Guerra y Marina, No. 5893, 1890, f. 76.
119. "El café, los riñones y los cálculos renales". En. *Revista del Instituto de Defensa del Café*. Tomo XVIII, No. 158, 1848, p. 495.
120. *Suplemento La Tribuna*, 1935, p. 65.

## CAPÍTULO 3

EL CONSUMO DOMÉSTICO DEL CAFÉ  
1840-1940

## INTRODUCCIÓN:

No cabe duda de que el consumo del café en Costa Rica muestra una tendencia ascendente desde 1830 hasta el nacimiento del siglo XXI y posiblemente esta propensión se mantendrá por un periodo prolongado. Desde que se inicia la siembra, el café ingresa en el espacio doméstico, se posiciona en los ritmos de alimentación diaria decididamente y lo hace en un lapso que no supera las dos décadas. Este fenómeno, requiere de una explicación. La argumentación más simple para descifrarlo y al parecer obvia, es que el café ingresa en el espacio privado porque se cultiva cada vez con mayor asiduidad por finqueros grandes y sobre todo, medianos y pequeños. Al ser un producto accesible por tanto, se consigue con facilidad y por ello se ingiere. La producción y el consumo están tan estrechamente ligados que puede decirse que cada uno determina al otro, pero en todo caso el aumento del consumo no puede determinarse exclusivamente por eso. En primer término, el café no se cultiva particularmente para ser consumido por los habitantes de Costa Rica; ellos ingieren una fracción del producto, el que no se coloca en el exterior, el que no cumple con las normas de calidad de los mercados internacionales generalmente. En segundo lugar, el café parece satisfacer un deseo específico y al hacerlo, su consumo se incrementa. Es necesario comprender que es lo que produce que la demanda funcione de la manera como lo hace: ¿cómo y por qué sube y en qué condiciones? No basta con dar por sentado que todos tienen un deseo innato por el café o que simplemente lo consumen porque lo tienen disponible. El hábito de beber café crece incluso cuando no se tiene un acceso directo al producto, porque no todos los habitantes, en todo el territorio, siembran en sus parcelas el grano para satisfacer la necesidad doméstica, ni todos pueden adquirirlo por vías alternativas a la inversión económica en él. En otros términos, de 1840 hasta 1940, pasa de ser un bien que se toma porque se tiene cerca, por lo menos para los habitantes del Valle Central a principios de siglo, a ser un producto que se posee aunque para ello sea forzoso comprarlo, al despuntar el siglo XX, con el consecuente desembolso económico que tal acción implica. Se convierte en un artículo común y necesario. ¿Cómo y por qué ocurre este fenómeno?

La explicación requiere de mayor cautela. Considerar todos estos aspectos puede ayudar a

dilucidar ¿cómo pudo llegar a ser tan importante el café en la sociedad costarricense y particularmente en el espacio doméstico en términos de un bien de consumo obligatorio con tanta ligereza? ¿Qué importancia tiene el consumo del café en la construcción del sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses? Planteado de modo más específico: ¿los costarricenses llegan a consumir café solo porque les gusta? ¿Les gusta solo porque no disponen de una cantidad adecuada de otras sustancias? ¿O hay otros factores que afectan su disposición hacia este producto?

El hábito del café en los ritmos de alimentación diaria se populariza con premura. Se convierte en el ámbito privado, en poco tiempo, en la bebida obligada en el desayuno, en la merienda de media mañana y en la de media tarde. Su presencia es usual en todas las actividades sociales que se realizan en los espacios comunitarios, reuniones donde se crean y recrean relaciones de sociabilidad. En las últimas dos décadas del siglo XIX, el café se ha transmutado en un bien deseable e indispensable. ¿Cómo y por qué llega a suceder esto? ¿Cómo pudo llegar a ser tan importante con tanta rapidez? ¿Qué significa para los sectores privilegiados y que llegó a significar para los individuos comunes que se convierten en consumidores masivos?

Decir que la popularización de la costumbre es el producto de una emulación no aclara mucho. Las circunstancias en las que se adquiere un nuevo hábito son tan importantes como los hábitos de aquellos de los cuales se lo aprende. A medida que su uso se hace más o menos habitual, se desarrollan dos procesos distintos, ambos, aspectos de lo que el antropólogo Sidney Mintz llama ritualización, esto es, la incorporación y la investidura simbólica de los nuevos materiales. "(Puesto que el ritual tiene que ver con la regularidad y con un sentido de lo adecuado, lo correcto y lo válido, su significado no se limita aquí al llamado comportamiento religioso.)"<sup>1</sup> Uno de esos aspectos es la "extensificación", que en el caso del café se refiere a que cada vez un mayor número de personas se familiarizan con el café en forma regular y cotidiana. Esta cualidad cotidiana se consolida porque el consumo es mayor y más frecuente y paralelamente, se le adicionan nuevas ocasiones para su ingesta, cada una de las cuales forja y consolida significados particulares. A medida que el consumo se introduce en la esfera doméstica, quienes lo consumen lo revisten de significados rituales, privativos de la posición social y cultural de los usuarios.

Una forma de mostrar hospitalidad es a través del ofrecimiento al visitante de una taza de café, actitud común en todos los sectores sociales de la Costa Rica del siglo XIX y frecuente aun hoy en la mayoría de los hogares. Pero también, el café es la bebida imprescindible en las ocasiones

ceremoniales que reúnen a buena parte de la comunidad inmediata, momentos en los cuales se sociabiliza de una manera particular. En cada una de esas ocasiones el café adquiere significados simbólicos singulares que, al ser dinámicos, cambian con el tiempo y posiblemente, los significados que se le asignan en 1850, por ejemplo, son distintos a los que se le atribuyen en 1900. Por tanto, aquí es posible entonces aplicar el fenómeno que Mintz denomina "intensificación", es la unión de los usos del café a las ocasiones ceremoniales, haciéndose eco del pasado, una continuidad que a su vez tiene variantes en el transcurso del tiempo y según los sectores sociales.

Refiriéndose a las identidades culturales, François-Xavier Guerra señala que si bien la identidad de los grandes linajes se funda principalmente en la memoria, la identidad también se construye en "cada cuerpo -cofradía, gremios, corporaciones diversas... en la que desempeña a menudo un papel central la veneración de un Santo patrón y las fiestas y ceremonias que sirven para afirmar la cohesión del grupo"<sup>2</sup>. En este caso, es indudable que la presencia del café como bebida indispensable en las reuniones descritas, adquiere un papel simbólico en torno al cual se teje una cadena de relaciones sociales complejas que contribuyen en el proceso de construcción de un sentido de pertenencia a una comunidad mayor.

El objetivo de este capítulo es analizar la manera en que el consumo del café se inserta en la esfera privada para determinar las dinámicas sociales que se generan en torno a su consumo e identificar los valores y/o significados que le atribuyen los diversos grupos sociales al consumo del café para comprender la participación/influencia de su ingesta en el proceso de construcción del sentido de pertenencia compartido de los costarricenses.

La hipótesis es que el consumo del café en la esfera doméstica simboliza descanso, afecto, amistad, estima, familia, satisfacción, etc, común a todos los grupos sociales. Estos valores, sin embargo, varían de acuerdo a la condición socio-económica de los consumidores. Para 1930, es una bebida obligatoria en los ritmos de alimentación diaria contribuyendo como un elemento, entre otros, en los procesos de construcción del sentido de pertenencia compartido.

Las fuentes principales que ayudan a dilucidar estos objetivos y a determinar la viabilidad de la hipótesis son las crónicas que escriben costarricenses y extranjeros en el transcurso de los siglos XIX y primera mitad del siglo XX. En ellas los autores describen su cotidianidad y algunos con detalles vivenciales, los momentos del café en casa y en las diversas actividades sociales de su comunidad. Estos relatos, que surgen de las experiencias compartidas, son el producto de la memoria de los protagonistas, por tanto documentan con gran acierto a la realidad que les tocó vivir

Las obras de la literatura, particularmente las costumbristas, siguen siendo básicas para dilucidar la participación de la ingesta de café en los procesos de sociabilidad entre los costarricenses. Al ser sin embargo, invenciones mágicas del autor próximas a la realidad que retrata, deben ser contrastadas con otras fuentes para determinar su acercamiento a la vida diaria de los protagonistas de sus composiciones. No obstante, la detallada descripción de ciertos momentos de reunión, resultan de gran utilidad para acercarse a las construcciones simbólicas que se le atribuyen al café tras su apropiación como bien de consumo.

Igualmente útil resultan algunos textos publicados en los periódicos, donde los autores exponen con claridad lo que el consumo de café significa en sus vidas y la importancia que juega esta sustancia en su devenir social.

Cada una de estas fuentes son analizadas y con ellas se trata de reconstruir el papel del café en la vida cotidiana de los costarricenses.

## EL CAFÉ EN EL RITMO DE ALIMENTACIÓN DOMÉSTICA

En numerosos países y culturas, se acostumbra desde hace varios siglos, a incluir una bebida estimulante, no alcohólica, como la primera del día. En algunos es el mate, en otros, distintos tipos de té, en varios el chocolate y sin duda para muchos, el café se ha convertido en la bebida matutina por excelencia particularmente por sus cualidades psicoactivas, mayores que las que contienen las otras bebidas mencionadas.

La introducción del café en el espacio privado en el Valle Central, principal sitio de producción del grano, fue rápida aunque no inmediata. Antes de 1800, al salir el alba, los costarricenses acostumbran saborear una frondosa taza de chocolate o de tibia, bebida imprescindible para iniciar el día. Cuando el chocolate escasea debido a diversos factores que hacen decaer las siembras en Matina, y su precio aumenta, mientras la presencia del café se hace más frecuente, éste último ocupa el lugar como primera sustancia de la mañana.

Desde la década de 1840 y en adelante, el café es la bebida matutina por excelencia. Para 1841, previo al terremoto que destruyó buena parte de la ciudad principal de Cartago, Jesús Mata recuerda que "en la cocina no faltarían las máquinas de moler maíz y café. Ni pensar en comprar las

tortillas hechas y el café molido. A las cuatro de la mañana la cocina estaba en movimiento preparando el desayuno con tortillas frescas<sup>3</sup> para acompañar al café. De hecho, cuando el sismo azotó la antigua metrópoli, a eso de las seis de la mañana, "se hallaba casi la totalidad de los habitantes de la ciudad y de sus barrios levantada, sorbiendo la taza de sabroso café recién pilado y molido en el "metate".<sup>4</sup>

Ya en el decenio de 1850, el café se consolida como la bebida matutina en la mayoría de las regiones del país, así en Heredia, cerca de las montañas que rodean el volcán Barba, Carl Hoffmann, en 1855, sale de la cama antes del clarear el día y toma de inmediato "una taza de café caliente con dulce... junto con tortilla [lo que les permitió, ponerse ] en camino con muy buen humor."<sup>5</sup> El francés Félix Belly, se detiene en La Virgen de Sarapiquí, "después de diez horas de ascensión, [logra] descansar en un verdadero rancho [apoyada en] seis pilares y un techo de palmeras [que] constituían esta posada centroamericana. El edificio estaba situado en una cima que dominaba el camino. No nos hallábamos solamente en plena selva. La neblina de las altas cimas bajaban hasta nosotros y las plantas parásitas de los grandes árboles formaban un nido de verdura sobre tres lados del rancho. En cuanto a muebles, se componían de un tronco de árboles, pulido con hacha, que ocupaba toda la extensión del rancho y que se parecía al diván de un barbero turco."<sup>6</sup> A la mañana siguiente, luego de una tormentosa noche "a consecuencia de mi diván de palo"<sup>7</sup>, es servido por Ramón, hombre que lo acompaña, con una taza de café para levantar el ánimo y prepararlo para continuar el viaje.

No todas son hosterías como la descrita por el francés, los pobladores que habitan cerca de los caminos, hacia el noreste o hacia el suroeste del país, lugares de paso que dirigen rumbo a los océanos Atlántico y Pacífico respectivamente, aprovechan el paso de transeúntes para obtener recursos adicionales a sus actividades cotidianas, generalmente agrícolas; para ello, sin modificar su vivienda, hospedan a los viajeros por una o dos noches en un dormitorio improvisado y ofrecen además alimentos, los mismos que acostumbra a ingerir la familia, servicio por el cual se cobra una cantidad nada despreciable. La cuantía de víveres que se sirven tampoco es raquítica, aunque el inglés Anthony Trollope, en 1859, tuvo el aciago de amanecer en San Mateo, en una posada cuyos dueños habían acondicionado un dormitorio para los huéspedes, y allí es únicamente agasajado en el desayuno "con una taza de café sin leche"<sup>8</sup>. Por lo general, el café para los pasantes se acompaña de carne asada, huevos fritos, plátanos y sin discusión, tortillas.

países, son los únicos que inician el día con el estimulante, los costarricenses, también han adquirido el hábito. Durante la Campaña Nacional de 1856, los oficiales, denominados el Estado Mayor, comen en un sitio aparte del resto de la tropa; durante su estadía en Liberia y allí, hospedados en casa de Francisco Bendaña y atendidos personalmente por él, reciben desde las primeras horas del día, el café acompañado por "carne, huevos fritos, tortillas y frijoles, arroz y achiote y plátanos asados, además de leche y quesos".

Al finalizar el decenio de 1880, el café es tan acostumbrado durante el desayuno que ya no se le denomina a esta comida de esa manera sino, "tomar el café", y esta metamorfosis es evidenciada por Corina Rodríguez López en las referencias que hace cuando escribe la biografía del novelista Joaquín García Monge. Ella recuerda que el autor de "El Moto", "se levantaba con el sol y se ponía a leer y cuando doña Luisa lo llamaba, el muy mal agradecido contestaba: siempre usted con su vengá a tomar el cafecito, vengá a tomar el cafecito, yo estoy leyendo".<sup>10</sup> El uso del afijo "ito" para nombrar "el café" que se pretende ingerir, denota una cercanía familiar al producto que es visto con agrado por la satisfacción que produce a los consumidores. Llamarle "cafecito", en este caso, no tiene como fin reducir las proporciones para hacerlo más a la mano, sino el afijo "ito" suele ir unido a la expresión del afecto o del interés del hablante en el producto.<sup>11</sup>

En ese momento y en general en las últimas dos décadas del siglo decimonónico en el Valle Central, el desayuno se realiza antes de las 6 de la mañana; la mayoría de la gente mantiene un horario alimenticio que inicia con el alba y termina al crepúsculo. Don Darío Acuña, hombre de respeto entre los estudiantes costarricenses de finales de siglo, rememora Fidel Tristán, "se levantaba muy temprano, rezaba sus oraciones, se acicalaba y se iba al jardín a tomar el fresco. Después del café, salía a asolearse. Almorzaba a las nueve de la mañana, dormía un par de horas y por la tarde, después de la comida que era a las tres, se sentaba en una mecedora y nos llamaba para contarnos cuentos."<sup>12</sup> La ausencia de energía eléctrica obliga a regirse por el horario solar, que además supedita las actividades cotidianas. No será sino hasta después de 1900<sup>13</sup> cuando la electricidad se expanda por buena parte del territorio y la posibilidad de contar con luz condiciona, entre otras cosas, los cambios en los ritmos alimenticios.

Pero más que el fluido eléctrico que proporciona luz durante la noche, los momentos alimenticios varían cuando los horarios de trabajo se aceleran, cuando el movimiento del campo a

la ciudad cobra rapidez y cuando el sistema de fábrica se conforma y difunde. Estos cambios afectan cada vez más los patrones alimenticios. En otros términos, las ocasiones para el consumo del café están condicionados por las mutaciones en las disciplinas de trabajo y por tanto, por las modificaciones en las tareas diarias que a su vez alteran los ritmos de alimentación. En las comunidades agrícolas que cuentan con una armazón mínima de comercialización y de administración, el tiempo se mide por la lógica de la necesidad: el trabajo al amanecer o al anochecer, depende del período de cosecha, del pastoreo del ganado, de la ordeña o de la época de siembra<sup>14</sup>. En Costa Rica, todavía entrado el siglo XX, en las zonas rurales, la notación del tiempo está determinada por la "orientación al quehacer", por tanto el café se ingiere al amanecer, al rayar el alba, a media mañana y a media tarde, en momentos de descanso regidos no por el reloj sino por las tareas efectuadas.

Al nacer el trabajo regulado, particularmente en las zonas urbanas que transitan hacia el sistema fabril, los obreros están obligados a cumplir horarios definidos en los talleres o negocios; tienen horas para ingresar, tiempo de descanso y hora fija de salida. El desayuno se efectúa en casa con un poco de café y algo rápido de comida. Son las meriendas de media mañana las que permiten saborear con más tranquilidad el café con un aperitivo ligero. Es en este marco donde la hora del café se convierte en sinónimo de sus altos momentáneos. El tiempo del café se reclama y se exige. En 1935, las operarias de la fábrica de ropa "El Laberinto", acusan de malos tratos a la empresa "por no permitir un intermedio para tomar café con pan y algunas frutas"<sup>15</sup>.

En efecto, en las dos primeras décadas del siglo XX, el café, en San José, es indispensable en el desayuno y se toma "entre seis y siete de la mañana", antes de salir de casa rumbo al lugar de trabajo, "el almuerzo entre once y doce del día" donde "no podían faltar el bistec, las verduras, el arroz, el picadillo, las tortas, las empanadas, los frijoles, las tortillas o el pan", pero no se menciona el café. Al medio día hay un descanso que permite, a quienes habitan cerca del lugar donde laboran, ir a casa para tomar los alimentos. Quienes no tienen esta facilidad, saborean una merienda que por lo general, cargan de casa. La comida se efectúa "entre cinco y seis de la tarde. Además, se cenaba a las ocho con chocolate, frijoles, tortillas de queso y bocadillos"<sup>16</sup>.

En las zonas rurales, los cambios en los ritmos alimentarios son más lentos, todavía para la segunda década del siglo XX, se rige la notación del tiempo por la actividad agrícola diaria, y así lo evidencia la autobiografía de Pancho Lumbí quien recuerda que para 1928, siendo él un niño de

unos siete años de edad, su padre lo "llamaba a las cuatro de la mañana tomábamos café y nos íbamos a los cafetales a bolar pala y yo iba adelante con una lámpara de canfin alumbrándole, mientras amanecía"<sup>17</sup>

No solo durante el desayuno se hace cada vez más frecuente el café, también es parte de los "alimentos intervalo" pues está presente en las meriendas de la mañana y de la tarde. Es una excusa para comer algo, más que una comida franca. Es una interrupción a la tarea diaria. Fidelina, una vecina de Juan Ramón en el Llano de Alajuela, el protagonista de la novela "Mi Madrina" de Carlos Luis Fallas, atendía a los obreros que construían su casa, y en tal menester, "a las nueve de la mañana [ella] tenía que darles a todos los trabajadores café con mucho pan; a la una de la tarde, un refresco con tosteles, y a las dos y media otra vez café, pan y galletas."<sup>18</sup> El café no es parte de una comida, se consume de hecho, fuera del horario dietético del hogar, pero en poco tiempo se asimila a él. Se generalizó la costumbre de consumir café con las comidas en momentos de descanso robados al trabajo, al levantarse, pero no al acostarse. La relación del café con sosiego no es una idea del siglo XX, ya en la séptima década del siglo decimonónico se promueve esta analogía. Eloy Truque, un josefino perteneciente a los sectores privilegiados de la población, aconseja, en un artículo publicado en el periódico *El Costarricense* en junio de 1876, disfrutar "...recostado en blando sofá después de la comida [durante] ... quince o veinte minutos [el sabor de] su aromático [café] regalo, bombeando á la vez un aromoso puro de la Habana."<sup>19</sup> Tales placeres son privilegio de los "notables" de la época, de aquellos que han logrado sustituir la banca de madera por un sofá y que además, pueden inhalar un cigarro habanero en el lugar del popular totoposte.

Es usual ofrecer café acompañado de alimentos adicionales. Al desayuno se adjunta a diversos platillos, como se ha explicado. En casa de José Basileo Acuña o de Luisa González, ambos pertenecientes a los sectores populares, a principios del siglo XX, la primera comida del día es frugal. En la morada de Basileo se come "pan con mantequilla y café" y en la de Luisa, simplemente tortillas y café. Cada mañana, su abuela y sus tías encienden el fogón antes del amanecer y proceden "muy apuradas, [a chorrear el] café y [a palmeare] tortillas que asaban en el bracero"<sup>20</sup> A media mañana, vuelven nuevamente las tortillas acompañando el café o el pan en el mejor de los casos, y en la tarde se ingiere con rosquillas, pan o galletas, o quizá nuevamente con tortillas. La frecuencia de las tortillas, llama la atención pues su elaboración es una faena pesada, como lo es el preparar el café, tanto que el viajero alemán Helmuth Polakowsky, en 1876, le dedica

El separar los granos de la panoja (olote) se hace por desgracia todavía, las más de las veces con la mano, frotando dos panojas (una sin granos), la una contra la otra en dirección opuesta. Este es un trabajo pesado y que quita mucho tiempo. En las grandes haciendas hay ya máquinas que sirven para desgranar, pero su empleo debería estar mucho más extendido. El desgranar el maíz y la preparación de las tortillas ocupan a las dueñas de casa de las clases sociales más pobres durante una gran parte del día.<sup>21</sup>

Igualmente, es costumbre entre los sectores populares, que las mujeres o los niños lleven el café a los sitios donde laboran los hombres, cada mañana o cada tarde, añadido de tortillas recién palmeadas, un estimulante necesario para el quehacer pero además, constituye una manera de mostrar afecto, pero sobre todo, se considera una obligación del sexo femenino. En 1928, Pancho Lumbí, siendo un niño de escasos 7 años, "a las dos de la tarde corría a la casa, cuándo habían terminado las clases para llevarle café a mi papá y ayudarle a ganarse el mísero jornal de un colón ochenta céntimos o dos colones". Manuel Jiménez, un turrialbeño de 97 años, de lucidez excepcional, recuerda que él, junto con sus 6 hermanos, laboraban en el campo todos los días desde las cuatro de la mañana y hasta las cinco de la tarde, cuando el sol se ocultaba. Sus hermanas, a eso de las nueve de la mañana, les llevaban el almuerzo a los cafetales donde se encontraban y la comida consistía en tortillas, con arroz, frijoles y tortas de huevo, todo envuelto en hojas de plátano, y café, muy fuerte y chorreado hacía pocos minutos<sup>22</sup>. En la tarde, volvía la comitiva con el mismo menester.

También en la ciudad es rutina que las mujeres acudan a los sitios de trabajo de sus esposos, hijos o hermanos, llevando el café y las tortillas a media tarde. Carlos Luis Fallas, se refiere a la actividad vespertina que se sucede en los talleres de zapatería de la ciudad capital. Cada tarde, las esposas de sus compañeros arriban al lugar con el objetivo de agraciarse a sus cónyuges con el estimulante, "Consuelo [esposa de Cachamba] -bajita, delgada, muy blanca y con unos grandes ojos tristes y cansados- llegaba al taller con su pequeña hija a dejarle café, él trataba a las dos con inmensa ternura. Y siempre despedíase de su mujer con el mismo ruego: -No venga mañana, m'hijita. No se moleste. Está largo, y ya le he dicho que a mí no me hace falta el café."<sup>23</sup>

Los efectos de la Primera Guerra Mundial, obligan a variar la costumbre, Carlos Luis Fallas, en su novela "Marcos Ramírez" rememora como él tenía que llevar cada tarde a su padrastro, el café a la "remendona" -taller de zapatería- donde laboraba, sin embargo, por efectos del conflicto bélico,

le enviaba su madre, "a las dos o tres de la tarde, un poco de aguadulce sin pan, en vez del acostumbrado café"<sup>24</sup>. El dulce extraído de la caña, que se usa para endulzar el café, es mucho más accesible en términos económicos y junto con el arroz, los frijoles y el maíz, es considerado un alimento básico en la dieta de los costarricenses.<sup>25</sup>

El café es cada vez más frecuente en el ritmo de alimentación diaria, y en 1926 se cotiza, el "café de tercerillas entre 68 y 70 colones los 46 kilogramos; café, clase pilón para tostadores, sacado a mano, de 85 hasta 88 colones".<sup>26</sup> Ahora el café incluso ocupa un lugar importante como digestivo al final del almuerzo. En 1929, en la zona bananera, Carlos Luis Fallas evoca que un grupo de compañeros de labores tomaron un almuerzo en la ciudad de Limón, y tras la comida, saborearon "una riquísima jalea de guayaba y luego apareció la negra con un panzudo pichel de oloroso café acabadito de chorrear. Leví se sirvió una taza llena de café mientras le ponía un cucharada de azúcar, me dijo, guiñándome un ojo: -Vamos a probar el famoso café de don Ramón. Yo no le pongo leche porque me gusta bien juerte, pa que alimente."<sup>27</sup>

## LA PREPARACIÓN HOGAREÑA DEL CAFÉ

Tener listo el café para ser "chorreado", no es tarea sencilla. El proceso es lento y engorroso y requiere de dedicación y de tiempo. La tarea involucra a una buena parte de los miembros de la familia, especialmente a las mujeres y disfrutar la bebida es la culminación de un largo y minucioso proceso.

¿Cómo se prepara una taza de café en el siglo decimonónico y aun en las primeras décadas de la siguiente centuria? Una vez seleccionado el grano maduro, debe colocarse en pequeñas cantidades en el pilón, con agua suficiente pero no excesiva donde es golpeado hasta que se descascare. El paso siguiente es ponerlo a secar al sol para obtener el pergamino. Una vez seco, regresa al pilón para sacarle la cáscara restante<sup>28</sup>. Los pilones, que también se usan para eliminar la cáscara del maíz y del cacao, son hechos de maderas resistentes; las preferidas son de cedro y cenízaro (véase foto 3-1).

Durante el siglo XIX y aun en el siglo XX, es costumbre moler el café en el pilón o simplemente majarlo con un instrumento pesado hasta convertirlo en polvo.

El café sin cáscara, inicia otro proceso, también lento y minucioso, el del tostado o torrefacción, que debe hacerse de una manera cuidadosa para lograr una bebida acertada, como

“A pesar de que es generalmente creído que la torrefacción del café ha de hacerse en vasos tapados, hemos reconocido que se puede tostar perfectamente este grano encima de un comal o tostadora de barro quemado (usado en toda la América Central y en México).

El comal por su porosidad absorbe el agua de la vegetación y facilita la cesación previa del grano. Las personas que tuesten el café, deben usar un fuego manso, regular y menear el grano sin cesar con una paleta de palo. No se debe echar una gran cantidad de café a la vez.”<sup>29</sup>

El tiempo que tarda el café tostándose es de 45 a 60 minutos, “en un fuego manso”. Se reconoce cuando la cocción ha concluido porque el grano toma un color castaño “y se vuelve luciente”. Es posible agregar azúcar en la torrefacción con el fin de “impedir el acceso de oxígeno del aire y la de la descomposición de la materia grasa”. ¿Cómo debe hacerse?

“Se precipita tostando el café como de costumbre, y se añade una disolución de azúcar y se sigue tostando hasta su caramelización o bien se rocía el café tostado, todavía caliente, cuando se acaba de sacarse del aparato, con una disolución concentrada de azúcar.”<sup>30</sup>

Se acostumbra emplear otras materias para conseguir el mismo efecto como se menciona en el capítulo anterior, el producto resultante es un café de calidad cuestionada.

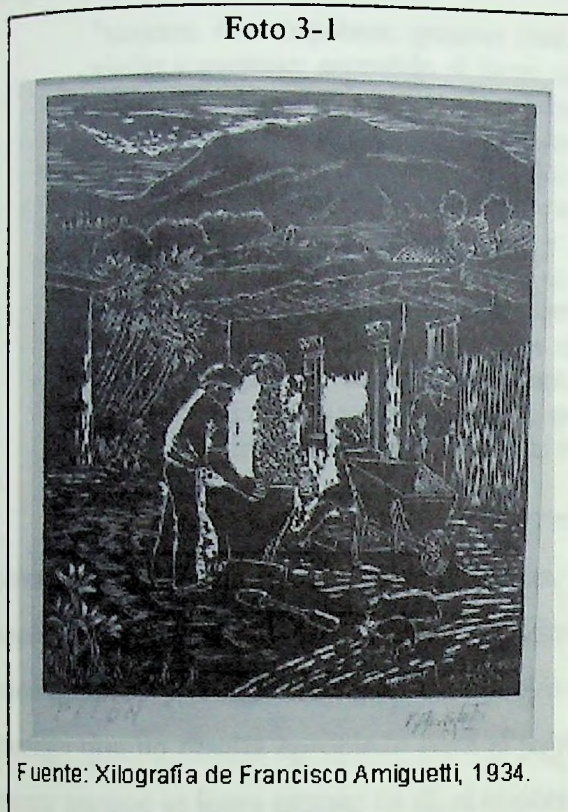
La preparación requería de cuidado y esmero. Juana Ramírez de Aragón publicó un libro de recetas de cocina a finales del siglo XIX donde detalla la forma de elaborar una buena taza de café. Igual que el chocolate, en primer término debía elegirse un café de primera clase que además hubiese tenido el proceso de secado, clasificado -semillas de igual tamaño- y beneficiado.

“Antes de tostarlo ha de lavarse para quitarle el polvo y la suciedad que contenga; se seca bien en una servilleta para secarle toda el agua y luego se pone a tostar a fuego lento, moviéndolo frecuentemente y por igual a fin de que el tostado sea perfecto, en lo cual se requiere mucha práctica para conocer cuándo ha llegado al punto deseado. Entonces se retira del fuego y se sigue moviendo por un rato para que se enfríe. Enseguida se coloca en un frasco de cristal bien seco y cuya tapa ajuste perfectamente. Así se conserva para molerlo a medida que se ha de usar, que es como resulta más aromático. Al molerlo ha de cuidarse de no pulverizarlo demasiado porque pierde el aspecto o color de vino tinto que ha de tener el café bien hecho.”<sup>31</sup>

El frasco de cristal con tapa hermética, no era frecuente en los hogares campesinos costarricenses antes de 1880, por tanto no había forma de conservarlo tostado y debido a ello se requería efectuar la tarea diariamente. Si se cuenta con molino para procesar el café, la labor se simplifica, de lo contrario se usaba el pilón, para pulverizar los granos, lo que significaba, como se

ha referido, un esfuerzo importante que requería de fuerza física pues colocados los granos en el recipiente de madera, era preciso golpearlos durante un tiempo prolongado hasta lograr la consistencia deseada. En todo caso el proceso no concluye ahí.

En 1852, el viajero irlandés Thomas Francis Meagher visita el valle oriental de Costa Rica y en su trayecto descansa en Ujarrás, a la mañana siguiente, su ayudante, de nombre Pedro, sale



temprano de la cama, posiblemente antes de la alborada, e inicia la labor de preparar el grano para disfrutar de una taza de café. La actividad es pesada y Pedro la realiza “fuera de su choza ... [y lo hace con] un mortero de madera cavado en un cedro monstruoso y la mano era del tamaño de un pisón de empedrador y tal vez más grande.”<sup>32</sup> Hay quienes hacen este trabajo periódicamente, de manera que cuentan con la materia prima lista para ejecutar la acción de chorrear el café, por lo menos así se acostumbra en casa de Francisco María Núñez en el ocaso del siglo XIX. Ellos tienen una servidora doméstica, de nombre María Hernández Ceciliano quien además de atender “todos los menesteres de la cocina... pilaba el café y lo tostaba una vez por semana; también el cacao”.<sup>33</sup>

Entrado el siglo XX, una rutina similar a la que se practica en casa de los Núñez se sigue en la mayoría de los hogares, ubicados dentro o fuera del espacio urbano josefino. Las familias estilan designar un día de la semana para preparar los granos que serán molidos diariamente, momentos antes de saborear el café. En Orotina, donde habita “Angelita” -seudónimo con el que rubrica su autobiografía- por ejemplo, las familias del lugar y en particular la suya, acostumbran destinar el domingo, después de los oficios religiosos, para preparar la materia prima de los alimentos básicos que consumirán durante los siguientes siete días. Particularmente, las tardes del domingo se ocupan para “...tostar el café molerlo y empaclarlo en un una lata para que no se disipara pues era para toda la semana...”<sup>34</sup>

obligación de la mujer, como todas las labores referentes a la preparación de alimentos. Aun en la década de 1940, algunos sectores insisten en atribuir a los grupos femeninos, la obligatoriedad de realizar estos menesteres en detrimento de cualquier otra actividad. En una exposición que no deja lugar a dudas respecto al papel de las mujeres como seres reclusos a la cocina, Gonzalo Chacón Trejos asegura en su libro "Tradiciones Costarricenses" lo siguiente:

"mujeres, ricas o pobres, grandes damas o humildes campesinas, son las llamadas a vigilar y mantener encendido el fuego sagrado que cocina el alimento, del cual todo un pueblo saca vigor para el trabajo y brío para la lucha cotidiana. He ahí una actividad práctica y patriótica para las feministas militantes. ¡Que abandonen la pluma y la oratoria y empuñen las cacerolas! ¡Quieren las mujeres el voto femenino! ¡Magnífico! Mas con una restricción: la que ignore cómo se hace un picadillo, cómo se adrezan los frijoles, el tamal asado, el buen café, y no sepa asar sublimemente un pollo o un lomo relleno, a esa mujer se le debe negar el derecho máximo de la ciudadanía, el cual trae aparejados obligaciones y deberes. Que ese deber, para las mujeres sea el de guisar grandiosamente. El día que tal cosa suceda, veremos elevarse el coeficiente moral y material del pueblo, en ritmo ascendente, como dicen los economistas, puesto que una población alimentada saludablemente trabajará con máximo provecho; así la patria y todos ganaremos: ella porque será más rica, y todos porque comeremos estupendamente bien"<sup>35</sup>.

Para lograr la bebida finalmente, existen dos procedimientos: el de infusión simple o también denominado café a la turca, y el de filtración. El primero, que se usa más en los países de oriente, consiste básicamente en poner el café molido en agua hirviendo, retirarlo del fuego y tapanlo por unos minutos y luego chorrearlo en la bolsa agregándole más agua hirviendo. Obtiene un sabor amargo que no resulta apropiado para el paladar costarricense<sup>36</sup>, pero el gusto de café es mucho menor porque se logra extraer de él, el concentrado que emana del polvo.

El segundo de tales métodos es el más usado en Costa Rica y consiste en poner el café en polvo -el grano molido- en un filtro -bolsa de tela de manta- y vaciar agua hirviendo sobre él.

"en la proporción de 20 gramos de café en polvo para cada taza. Una vez puesto en la bolsa o cafetera, se le echa un poco de agua hirviendo y en este estado se deja dos minutos. Después de le agrega toda el agua o leche necesarias según el número de tazas. Se sirve bien caliente, mezclado a veces con leche; pero si se quiere buen café preparado especialmente con leche, ha de usarse la misma cantidad de café para cada taza, con la diferencia que la mitad ha de ser agua y la otra mitad leche, ambas hervidas. El buen azúcar blanco (aunque no sea refinado) realza mucho el gusto del café."<sup>37</sup>

El proceso en detalle es descrito con grácil elocuencia por Carlos Luis Fallas en su novela

"Mamita Yunai" cuando presencia la acción de manos de un amigo suyo:

"destapó el tarrillo del café molido, que olfateó con fruición arrimándose a la

nariz, el echó unas cuantas cucharadas a la bolsa de manta del chorreador, a la que apretó la punta para calcularle con la mano el tanto que tenía. Con la cafetera el alto, dejó caer el chorro de agua hirviendo, poco a poco, para remojar el café, y después, inclinando más la cafetera fue aumentando el grueso del chorro, al que movía en cierto vaivén para impedir que cayera en un solo lugar. Se hinchaba por momentos la bolsa humeante, mientras destilaba de su punta el chorrillo oscuro del café que caía cantando alegremente en el pichel, y su aroma, suave y excitante, llenó toda la casilla”<sup>38</sup>.

El café no se usa solo para hacer la bebida, también se convierte en un ingrediente básico para la elaboración de postres, particularmente. En su libro de recetas, doña Juana de Aragón, detalla la forma de preparar crema de café, con azúcar, café molido, crema, huevos y leche. También refiere la manera de hacer el caramelo de café y el caramelo de café con leche; ambos platillos requieren de por lo menos cuatro onzas de café con la que se confecciona una “infusión espesa...durante de 24 horas” y luego se mezcla con una buena cantidad de azúcar y tras varias horas en el fuego, se obtiene un rico bocadillo de sobremesa.<sup>39</sup>

Llama la atención la combinación del azúcar y el café en las postrimerías del siglo XIX, una fusión que será cada vez más frecuente. De hecho, en diciembre de 1934, en un suplemento del periódico *La Tribuna*, se publica un reportaje que asegura, entre otras cosas, que:

“el café, igual que el azúcar, es una necesidad hoy, en todos los pueblos del mundo civilizado, porque son partes indispensables del diario alimento del hombre”<sup>40</sup>.

En ese momento la modernidad ha ingresado decididamente en Costa Rica, en esencia, la versión europea, una nueva dinámica socio-cultural que tiene como consecuencia una cultura del consumo, que Don Slater define como “un ordenamiento en el cual la relación entre vida cultural y recursos sociales, entre las formas significativas de vida y los recursos simbólicos y materiales sobre los cuales ellos dependen, es mediado a través del mercado”<sup>41</sup>. El azúcar y el café son elementos de indiscutible importancia en ese proceso, en especial, su amalgama. Aunque se desconoce con certeza en que momento se adiciona azúcar al café, en Europa, lugar donde el procedimiento nace, lo cierto es que la “combinación de un estimulante no alcohólico, [como son el café, el té y el chocolate] amargo, sin calorías, caliente y líquido, con una sustancia rica en calorías e intensamente dulce, llegó a significar todo un nuevo conjunto de bebidas...”<sup>42</sup>

“El consumo regular de azúcar, en particular del azúcar moreno barato o de la melaza, incluso en cantidades modestas, redujo gradualmente el estatus del azúcar como un lujo glamoroso y un bienpreciado. Como endulzante del té, del café, del chocolate y de las bebidas alcohólicas, y como un ingrediente de los

pasteles y postres de frutas, en el siglo XVIII adquirió un carácter más cotidiano, más terrenal... A medida que el azúcar se hacía más conocido, más "casero", quienes lo consumían lo revestían de significados rituales, privativos de la posición social y cultural de los usuarios".<sup>43</sup>

Igualmente, en Costa Rica, la mezcla del café con el azúcar es común en el ocaso del siglo XIX entre los sectores privilegiados de la población, pues como bien aconseja la señora Ramírez de Aragón, "el buen azúcar blanco (aunque no sea refinado) realza mucho el gusto del café. El azúcar moreno le comunica el gusto de la melaza o miel fermentada."<sup>44</sup> Los grupos populares prefieren endulzar el café con "tapa" de dulce.

Para entonces, igual que se hace con el chocolate, el café se acopla con la leche, pero, para que mantenga un sabor agradable, se debe servir "bien caliente... [y] ha de usarse la misma cantidad de café para cada taza, con la diferencia que la mitad ha de ser agua y la otra mitad leche, ambas hervidas."<sup>45</sup>

Aunque desafortunadamente no es posible determinar con exactitud el momento en que ambas sustancias se juntan, es posible hipotetizar que se efectúa desde el inicio del consumo del café en el país, pues se sigue el procedimiento similar al que se adopta con el chocolate, una bebida que se habitúa desde el siglo XVII en la Costa Rica colonial.

## LA PREPARACIÓN DEL CHOCOLATE

La preparación del chocolate y la del café tienen varios paralelismos. Ambos requieren del trabajo de un grupo de individuos y son, fundamentalmente tareas femeninas. El cacao, que se transporta desde Matina, cuando no es importado de Ecuador, se procesa inicialmente para formar una pasta que será la que luego se utiliza para hacer el chocolate. La tarea empieza limpiando "...el cacao de todas las sustancias extrañas y granos alterados o picado; se tuesta a fuego suave en un tostador de hierro o en un comal, hasta que se desprendan las cáscaras con facilidad, operación que exige cierta práctica porque si está demasiado en el fuego se altera la clase, y si no se tiene lo necesario, también perjudica a la clase de la pasta".<sup>46</sup>

En casa de doña Chanita, abuela de Manuel González Zeledón, la actividad constituía un acontecimiento anual en la que intervenían además de la anciana, Chanita, que dirigía a los servidores, Ña Estéfana, Manuela, "Ña Jacinta, mujer madura, rubia y coloradota y Chepa Meléndez, mestiza de buen ver, ambas peritas en el manejo de los metates o piedra de moler..."<sup>47</sup> y Félix, encargado del mantener activo el fuego. El proceso de tostado es cuidadosamente descrito

“En unos braseros de fina leña de guayabillo y sobre sólidos tinamastes de piedra, se calentaban tres amplísimos comales, especie de gruesas cazuelas chatas de en grano, limpio de polvo y bien labadito, libre de almendras quebradas o dañadas; cada una de las mujeres atendía a removerlo constantemente con una pelletilla de madera a fin de que el tueste fuera parejo y que no se quemase, Félix cuidaba de atizar los braseros y Ña Estéfana vigilaba con grandísima atención a esa operación dependía el buen resultado de la molienda”.<sup>48</sup>

Una vez tostado, se procede a quebrar las cáscaras y a aventar “...el cacao para separarlo de la pala y se acaba de limpiar quitándole los gérmenes, o cualquiera otra impureza que pudiera contener; se vuelve a tostar por pocos momentos y se muele gruesamente. Se muele generalmente por pequeñas porciones en una piedra caliente en donde se vuelve a moler hasta que quede muy fino y se mezcla con azúcar y canela en la misma piedra, moliéndolo de nuevo, hecho lo cual se echa en moldes o se chorrea en hojas de plátano u otras bien aseadas, haciendo las porciones del tamaño que se quiera”.<sup>49</sup>

La tarea de la “pela”, consiste en resobar cada grano hasta despojarlo de la “piel retostada que fácilmente se desprendía, quedando los granos limpios y relucientes.”<sup>50</sup> De esa manera se evitaba el sabor amargo y de fermento que despide la película a la pasta molida. La labor de moler queda en manos de expertas, mujeres que se dedican a este menester a cambio de una paga, en dinero o en especie. Por lo menos en 1864, según el censo de población, se reportan 4 mujeres que principal actividad es esta<sup>51</sup>, pero el oficio que desaparece al finalizar el siglo XX al establecerse las fábricas de chocolate.

En todo caso, estas conocedoras del oficio, como Ña Jacinta y Chepa, en el cuento de Magón, saben tomar sus posiciones y efectuar la tarea con la precisión requerida. Narra Magón que ambas “armadas de las respectivas “manos de piedra” que encajaban bien entre palmas y dedos. Cogían puñados de cacao tostado y lo iban desmenuzando con hábil y acertado movimiento de las “manos” sobre la piedra, media docena de pasadas bastaban para que el cacao se acumulara en consistencia de pasta áspera en el borde delantero de los metates, de donde se le arrancaba para echarlo sobre hojas de plátano tiernas y soazadas.”<sup>52</sup>

El paso seguido es aderezar la pasta con especias, tarea que también requiere de habilidad y

que consiste en pasar y repasar la canela y el azúcar "con vigoroso resbalar de las manos de piedra sobre la lisa superficie de los metates calientes. Ya Félix había extendido sobre las tablas delgadas de cedro que formaban anaqueles del arcón, las hojas tiernas de plátano pasadas rápidamente sobre el gran brasero, listas para recibir las rengleras de aromáticos panecillos. Ña Estéfana iba recogiendo pasta remolida, con la espátula y con experto empuje del dedo índice sobre la lámina de acero, hacía desprenderse un chorrillo de cacao que al caer sobre la hoja de plátano formaba un panecillo piramidal con punta retorcida, el que paulatinamente se iba aplastando y solidificando, casi hasta adquirir la forma de una gruesa moneda."<sup>53</sup>

De esta manera, la pasta para hacer el chocolate está lista para todo el año. La preparación ahora es sencilla, se trata de colocar en agua hirviendo -una onza de chocolate en pasta por taza o jícara- la pasta y se agita vigorosamente con un molinillo manteniéndolo en el fuego por algunos minutos y luego se sirve"<sup>54</sup>, con agua o con leche.

## EL CAFÉ EN LAS ACTIVIDADES SOCIALES

El café participa junto con el chocolate en los rezos, en los novios, en los bautizos, en los novenarios, en las fiestas de santos patronos y en las despedidas de difuntos, desde finales del siglo XIX, marcos de interacción donde se construyen y reconstruyen identidades. Más que por el intercambio de alimentos o por la relación entre anfitrión e invitado, el consumo de alimentos implica la incorporación del bien o del producto a la identidad, personal o colectiva, del consumidor<sup>55</sup>. No cabe duda de que el café se convierte en un rasgo común de las comidas festivas y ceremoniales de todas las temporadas, del nacimiento y de la muerte.

Particularmente en las fiestas de matrimonios, los padres de los esposales se esmeran por atender a los invitados y brindar comidas poco comunes en cantidad suficiente para satisfacer el apetito de los comensales: sopa de mondongo, de gallina, gallos y también, por lo menos entre los campesinos de 1838:

"ofrecían incansablemente a los convidados cuanto bueno atesoraba la deliciosa repostería de la época; en bateas adornadas pasaban constantemente la imprescindible y deliciosa torta de los novios, rica de olores y achiote; hojaldres, melindres de yuca, alporas de arroz, embarrados de leche, yemitas, cocadas, rosquetes, enlustrados, corazones atravesados y flores de alfeñique de cocadas, afiligranado primor; tazones de cabellos de ángel; bollos de leche, empanadas dulces y saladas, de carne, de chiverre, de mora; alfajores de piña con jengibre; jarros de china y primorosas jícaras con refrescos, tistes y pinoles, tibios y chocolates, rompopes cargados que excitaban la alegría y mistelas

deliciosamente socadoras; y muchas cosas más para regalo del paladar, gusto del cuerpo y contentamiento del alma, mientras afuera, en la calle llena de curiosos, de cuando en cuando estallaba alegremente, una bombeta o ascendía en estampía de fuego un cohete bullidor, máxima demostración de regocijo.”<sup>56</sup>

Las bebidas son igualmente variadas. En ese año de 1838, el chocolate y el tibio\* ocupan el lugar que muy pronto tendrá el café. Tampoco Aquileo Echeverría lo menciona en su poema inspirado en una boda campestre que posiblemente es típica a mediados del siglo XIX. Señala que es costumbre que “acabado el mondonguito van circulando en la mesa el Oporto de seis reales, el Málaga de sesenta, algunas cervezas Traubes y el endemoniado “Angélica”, que baja como una bala y sube como una flecha”.<sup>57</sup> Posiblemente para este momento el café es parte de las bebidas o quizá servido como digestivo al final, pero su presencia es tan usual en la sociedad costarricense de entonces, que para el autor resulta innecesaria su mención. El café nunca desplaza a las bebidas alcohólicas, solo comparte con ellas el espacio de las festividades.

El escritor costumbrista Manuel González -Magón- con fina pluma delinea un matrimonio realizado en San José al finalizar la década de 1870, y recuerda que mientras los músicos, con violín, clarinete y guitarra amenizan la fiesta, “los viejos se atarugaban de lomo relleno, café y cuajada...”<sup>58</sup> Las holganzas de novios son un motivo de reunión comunitaria. En 1877, Macabeo Vargas asiste a un matrimonio de una pareja josefina. Una vez pasada la ceremonia religiosa y el paso de los nuevos cónyuges por las calles capitalinas seguidas de una multitud de chiquillos, llegan a casa de los padres de la novia y son recibidos con música y danzas, además de atronadores cohetes y de inmediato, empiezan a pasar “los azafates ...con sus ojaldres de pan dulce con huevo, con ricos rosquetes de maíz y bizcochos rellenos de queso. Copitas de ron, de vino para las mujeres y cerveza leona para los padrinos...[llegó luego el almuerzo que consiste en] una hirviente sopa de gallina, con papas y con zanahoria. Luego el lechón, el arroz con chanco, los frijoles molidos, más tortillas que por lo blancas y por lo delicadas parecían hostias y rico café...terminada la primera mesa, vino la segunda, igualmente repleta, con café abundante y con el mismo humor”.<sup>59</sup> Al contrario de lo que sucede con las bebidas embriagantes, el café es consumido sin distingo de sexo, edad o condición socio-económica.

En los matrimonios, el café es parte de un conjunto de alimentos que son compartidos por los padres de la novia en simbolización de la alegría que significa para la familia de los contrayentes, el

\* Chocolate sin dulce.

Es también habitual la concentración comunitaria en los eventos post mortuorios. Allí la comida, por lo general poco usual, cobra significados particulares. Se ofrecen una buena cantidad de platillos como una manera de mostrar agradecimiento a los concurrentes y por otra, evidenciar la dadivosidad del difunto -o la difunta según el caso- al invitar a todos a compartir alimentos, en virtud de su partida al más allá. Por ejemplo en la vela de ñor Concho Meléndez, efectuada en los años 70 del siglo XIX, "por la sala circulaban... los platos llenos de puros y cigarrillos, los platonos de tosteles y carnes, y los jarros de chocolate espeso, oloroso a jamaica y clavo..."<sup>60</sup> En 1915, la actividad, lo mismo que a finales del siglo decimonónico, es un acontecimiento al que asisten amigos y familiares, igual que vecinos cercanos y lejanos para presentar sus condolencias a la familia doliente. Tras una semana de rezos -rosarios dirigidos por personas dedicadas a estos menesteres- se realiza el "novenario", el día más importante luego de los siete días de duelo. Juan Ramón, personaje principal de "Mi Madrina", participa en el ritual de separación de don Lorenzo Arrieta. "Los Arrieta", "que eran gente acomodada... habían matado un cerdo y destazado un novillo y estaban preparando pan especial, bizcocho, aguardiente y rompope, para darles de comer y de beber a las rezadoras y a todos los amigos y vecinos convidados".<sup>61</sup> El almuerzo fue tal y como se esperaba, "... servíanse los bocados más suculentos: grandes tazas de humeantes, espeso y sabroso frito; gordos muslos y tiernas pechugas de pollo; lomo relleno; picadillo de papa y carne, rojo de achiote y recargado de pimienta; tortas de arroz; miel de toronja; y café, con bizcocho y pan dulce amasado especialmente por doña María Arrieta."<sup>62</sup> No era igual en un novenario de una familia perteneciente a los sectores populares, los asistentes allí tenían que conformarse "con una simple comida para las rezadoras y unos setenta y cinco centavos por toda paga, al final de ellos; y deudeos había que consideraban bien pagadas las viejas con el café y el traguito de aguardiente que bebían y los cigarrillos que se fumaban."<sup>63</sup>

Adela Ferreto, hija de una familia con pocos recursos económicos, recuerda que tras la muerte de su tía Yaya, siendo ella aun una niña pequeña, en casa de su abuela, se escuchaban "llantos, rezos, chisporroteo de velas, frases entrecortadas que no entendíamos; olor a café recién chorreado: el ataúd de la Tía Yaya, negro y triste."<sup>64</sup> En este relato, como en los anteriores, el café, su efluvio, se asocia con la despedida de seres queridos, sin duda, un acontecimiento doloroso.

Los funerales y particularmente las velas, son también momentos donde - las amistades, los vecinos y los trasnochadores, [llegan]... dispuestos a pasar la noche en vela, contando chistes y sorbiendo tazas de café o chocolate, buenos embustes, cuando no ron o mistela de factura casera."<sup>65</sup>

pues hasta donde alcanzan sus recuerdos, en el año de 1912 aproximadamente, "...sí [el velorio] era de un adulto eran muy aburridos para la gente joven pues solo se rezaba; Sierto, se repartía café con pán y algún licor, pero todo era recojimiento o por bajito se contaba algún cuento porque era la época de los cuentos y había personas que se especialisaban para contar cuentos y de verdad que entretenían a la gente, otros contaban chistes de brujas y aparecidos con sus luces y quejidos que servían de pánico a las personas más censillas e ignorantes. Pero como se respetaba la presencia de un cadáver! y muchas personas pasaban toda la noche acompañando a la familia doliente"<sup>66</sup>.

Es obvio que el café tiene una función especial, es el estimulante que se requiere para evitar que el sueño invada a los concurrentes y que permite además mantener amena la reunión.

Esto sigue siendo una práctica en la década de 1920, pues según evoca José María Núñez, en casa de doña Gordiana, ubicada en la capital, durante los nueve días después del fallecimiento de su esposo Mano Laudencio, "noche a noche,... se obsequió a los concurrentes con café, cigarros amarillos y puros chicagre con sus fósforos"<sup>67</sup>. Pero el día del novenario, tal y como había dejado dispuesto el difunto, "nada de mezquindades" y entonces en su honor "hubo matazón de gallinas, aparte del destace del cerdo mejor cebado y de la temera de año, tan gorda, que parecía estar habilitada. Se prepararon picadillos de papaya y de arracache con chicasquil; bizcocho y rosquetes; papín; estofado, chicha; rompopo y mistelas; licores finos, dulce de naranja agria y de toronja. ¡fue un festín! Hubo para mandar a las casas vecinas."<sup>68</sup> El café nunca faltó, fue el único elemento, junto con los cigarrillos, que estuvo presente durante toda la semana.

Los bautizos también constituyen momentos de reunión de los familiares y del niño y de los vecinos de la comunidad cercana. En esos eventos el café y los platillos diversos forman parte imprescindible del convite.

Las actividades referidas indican como en la sociedad costarricense, se convierten eventos biológicos como el nacimiento y la muerte, o la unión de una pareja, en acontecimientos sociales y cada grupo humano lo hace de diferentes maneras "...qué materiales vinculamos con los acontecimientos y dotamos de significado, es algo sujeto de manera impredecible a las fuerzas culturales e históricas".<sup>69</sup> El café, el hábito del café y la hora del café, toman diferentes significados contextuales -cumplen distintos objetivos nutritivos y ceremoniales, actualizan distintos significados para los diversos contextos sociales. De manera que en los matrimonios, el café comparte con otros alimentos y bebidas, las manifestaciones de buenos deseos para los contrayentes y la celebración del

inicio de una nueva familia. En los rituales de separación, la taza de café expresa el agradecimiento y la hospitalidad, tanto del difunto como de la familia doliente.

En la Costa Rica del siglo XIX y buena parte del siglo XX, también se encuentra muy difundida la costumbre de marcar el fin de una unidad de tiempo -una semana, un año, etc.- o un día de descanso, con el consumo de una comida especial donde el café parece ser el único que nunca falta.

Cada año, en las casas campesinas o en las de los sectores privilegiados, se acostumbra a hacer "un portal", una representación con figuras de yeso, de la Sagrada Familia en el pesebre donde se coloca la imagen de la Virgen, San José y Jesús niño. Se le agregan imágenes de burros, vacas, pastores, ovejas, y todo cuanto las familias tuvieran a bien. Era tradición, cada 24 de diciembre, día en que se celebra el nacimiento de Jesús, que las mujeres con sus hijos, dedicasen una buena parte de la tarde a visitar los portales vecinos donde por lo general, se encontraban con otros parroquianos y se efectuaba una reunión no programada. Lo cierto es que la casa sede, concedora de la abundancia de vecinos que entrarían a su estancia, se prepara con un buen cúmulo de alimentos y bebidas para dar la bienvenida a quienes llegan a admirar su obra.

Esta actividad, que se realiza tanto en el casco capitalino como en los lugares alejados, constituye un acontecimiento anual. José Antonio Zavaleta, un escazucoño que vivió a finales del siglo XIX, evoca con nostalgia que en estos eventos "no escaseaban después de las expresiones con que se elogiaban a los autores del portal, que lo eran todos los de la casa desde la anciana centenaria que aún recordaba historias de brujas y de aparecidos, hasta el chiquillo de tres años que apartaba piedrecillas traídas a hurtadillas de sus padres, de las cercanías del río San Rafael, la chicha o el guarapo, el café y el rompopo con todo el acompañamiento de amasijos trabajados en los hornos hogareños y los tosteles traídos de San José."<sup>70</sup>

Ya a principios del siglo XX, lo común es recibir a los visitantes en cada casa, sirviéndoles un café y un tamal, que constituía un buen adelanto a la cena navideña que se celebra en el seno del hogar al dar las 12 de la noche<sup>71</sup>.

En 1933, en Esparta, el 24 de diciembre es un día de encuentro familiar y comunal. Según el relato rubricado por M.A.V., por lo general, se elige una casa a donde arriban los parientes que residen en otros lugares del país y los vecinos más cercanos. Como la actividad se lleva a cabo allí cada año, se convierte en tradición asistir a la misma vivienda sin que los dueños circulen las invitaciones pertinentes. Las gentes comienzan a llegar desde el medio día a admirar el portal y a

recibir una dosis de "chicha". "Después de las cuatro de la tarde se [sirve] picadillo de papaya con carne de cerdo...de las seis de la tarde en adelante [se pone] de moda el café con tanelas, biscochos y rosquetes". La evento es amenizada por Ñor Canuto, quien con su viejo violín ejecuta valeses "que eran objeto de aplausos y halagos...". El momento más importante del día y por el que se ha esperado por más de doce horas, se inicia con la cena de navidad. Se sirve a las once de la noche y no falta "chompipe y gallina y desde luego café y agua dulce con leche para los que no toman"<sup>72</sup>. La fiesta continúa hasta muy avanzada la madrugada del siguiente día.

Los portales conducen a otra actividad que también congrega al vecindario: los rosarios del niño, que se prolongan desde finales de diciembre hasta entrado el mes de febrero. Se trata de actividades que se celebran tanto en los moradas campesinas como en las viviendas urbanas, allí "los hornos [no descansan] dorando el rico pan dulce de huevo; las canastas están llenas de sabrosos bizcochos, y hay provisión de buen café y de "traguito" para reconfortarse en estas noches frías de verano"<sup>73</sup>. En Alajuela, "se buscaba buena música para officiar el rosario y toda la gente se cervía café con buen bizcocho, pan casero rosquetes de maíz; también se repartía chicha de caña que por cierto es muy rica y alimenticia"<sup>74</sup>. Se trata de un momento de reunión vecinal donde cada uno, con el licor o con el café, comparte con los otros miembros de la comunidad en un ambiente de regocijo y de esparcimiento.

Más aún, para algunas familias esta es ocasión de desbordar la casa por la ventana y mostrar la magnitud de su hospitalidad a través del ofrecimiento de una verdadera fiesta gastronómica amenizada con música y juegos artificiales. "Las celebraciones más costosas [incluían] officiador o rezador, orquesta, coristas, juegos de pólvora y obsequios de comidas tradicionales como: tamal asado, bizcocho, pan casero, picadillo de papaya, chayote, etc. Todo humedecido con café negro, agua dulce o chicha de maíz con jengibre y hasta guaro y rompope."<sup>75</sup>

La celebración de la pascua constituye uno de los acontecimientos más animados y además suculentos en cuanto alimentos y algarabía. Si se trata de una familia con capacidad económica, festejar la pascua significa participar a la estirpe tanto de la esposa como del esposo que realizan el holgorio. Don Antonio y doña María, según inmortaliza Jaime Granados, hacen los preparativos con anticipación suficiente pues la invitación debe ser hecha personalmente aunque las distancias sean lejanas. Esta tarea la realiza don Antonio y en la lista está "la comadre "Antoña", en el Pascón; "dici" mano" Liborio en "orose", mano Juan Pedro en "Co" el compadre Caralampio en Pacayas; "dici vos" tan "istantes" unos "diotros" y tener "quir" yo en persona porque sería un poco "jundamento"

Efectivamente, uno de los objetivos de la actividad es agraciarse a Dios, "podelos osequier" a otros como Dios "los ha dao" y a los más "probes" con preferencia y todo en honra y gloria del Niño...<sup>77</sup>

La gran fiesta, que se efectúa el 6 de enero, día en que se conmemora la llegada de los Reyes Magos a adorar a Jesús al Pesebre, implica tres días previos de preparativos. Las vecinas ayudan siempre bajo la estrecha vigilancia de doña María. Se disponen con anticipación las carnes, los tamales, la repostería horneada y sobre todo, se tuesta y se muele el café que será profusamente servido al lado de variedad de bebidas embriagantes. El gran día, tras el rosario devotamente rezado, los huéspedes pasan a la sala y al patio donde encuentran: "... una mesa con platonos con guaro ardiente con sopas de pan dulce las cuales cogían y comían con las viejitas entendidas en la materia y con bombas y cuaretas y don Antonio de rato en rato con la botella y doña María más atrás con café y rosquillas, en la mano y de pie porque a la mesa ni... amarrados, pues la fiesta del patio no era para perderse."<sup>78</sup>

La festividad tiene una duración de 24 horas y en ocasiones hasta el doble. Lo cierto es que "al amanecer, [hay] un montón de durmientes en los bancos, las carretas y los corredores que se despertaban a rezar el Ave María cantada y a tomar café y con su buen bastimento para su casa lleno el estómago de fiesta y relleno el corazón de gratitud para con aquel venerable patriarca, en cuyas manos deseaban los pobres, sus deudos y amigos ver multiplicados los bienes temporales."<sup>79</sup>

El café no es la única bebida caliente con que se recibe a los comensales, comparte el espacio con otra también tradicional: el aguadulce. De hecho, como se menciona en el primer capítulo, el café se endulza con dulce, no con azúcar y en la preparación del café, se evidencia la cohesión de las dos bebidas.<sup>80</sup>

El aguamiel o el chocolate, son bebidas de la noche por excelencia porque "se decía que el café desvela"<sup>81</sup>. El segundo, es la elixir de los sectores con alguna capacidad económica, el primero lo es de los pobres, por ejemplo, en casa de Marcos Ramírez, nombre con que Carlos Luis Fallas titula su novela, poco antes de retirarse a descansar, cada noche, su madre acostumbra encender "el fuego y [calentar] un poco de aguadulce para mí"<sup>82</sup>, con lo que se asegura que el niño se alimente y además tenga un sueño reparador.

Aunque en el imaginario permanece la certeza de que el café impide el sueño nocturno, en

el Hospital San Juan de Dios, se sirve café a los enfermos dos veces al día, al desayuno a las 6:30 a.m. y en la cena, a las 9 p.m., acompañado en ambos tiempos con pan; así lo dicta el Estatuto de ese centro hospitalario el 20 de junio de 1883, aunque la disposición aclara que se proporciona a los pacientes "café, té o chocolate", de modo tal que las bebidas siguen compartiendo el espacio pero en este caso el aguadulce no está considerado<sup>83</sup>.

La Semana Santa son unos días particularmente importantes para el pueblo religioso costarricense. En esa denominada "Semana Mayor", se conmemora la pasión y muerte de Jesús. Entonces, como parte de la costumbre, en San José y en el resto del país, se consideran días de asueto, tanto que "estos viejos abuelos nuestros ni siquiera cocinaban los días grandes, pues hacían grandes ollas de picadillo, cocían frijoles en abundancia y compraban carnes conservadas, para no tener que hacer más que el café y calentar comidas"<sup>84</sup>. El café fresco "recién chorreado" es quizá la única actividad permitida durante la semana que no se considera un pecado. "La Semana Santa se iniciaba con una gran fiesta: la Vela del Señor del Triunfo, la víspera del Domingo de Ramos en la antigua Capilla del Cementerio. En las orillas de los muros del Cementerio se ponían a cocinar inmensas ollas de tamales de cerdo, que se repartían a los asistentes,"<sup>85</sup> posiblemente acompañados de café. En 1912, en Orotina se sigue una costumbre similar. En especial, "Jueves y Viernes santo no se cosinaba porque hasta para las mujeres era malo trabajar; entonces se preparaba una buena cantidad de viscochos, tamales de verduras o frijoles negros o de papa con frijoles blancos; tamales mudos que también les decíamos tontos, porque se hacían grandotes de solo masa con sal... pues esos días solamente se había café o sopa de bacalao y camarones secos"<sup>86</sup>. El café es de los pocos alimentos que requieren de una preparación inmediatamente previa a su ingesta y por tanto aunque se trate de la Semana Santa y las prohibiciones que la conmemoración implica en torno a las actividades cotidianas, se permite elaborar la bebida, además indispensable en esos días, en particular por su condición de estimulante no embriagante, muy apropiada para cumplir con los preceptos eclesiásticos.

En San José, como ocurre en la mayoría de los pueblos del país, periódicamente se celebran concentraciones comunitarias en virtud del nacimiento o el recuerdo del Santo Patrono del lugar. Se organizan "alegres bailes en la Plaza, en los que las marimbas tocaban aires de época: floreos, fandangos, calabazas y chiricanos....El café se tomaba en una casa, el ponche en otra, y el festejo seguía hasta el amanecer."<sup>87</sup> Nuevamente aquí, como en las demás actividades sociales, el café comparte con las bebidas embriagantes sin llegar nunca a sustituirlas.

En un encantador poema, Aquileo Echeverría relata que cuando el compadre y unos amigos llegan a casa de su ahijada Isabel, en el último lustro de 1870, la comadre los recibe diciéndoles "pero pasen adelante y tomen café..." y de inmediato grita "¡Isidra!, la cafetera y ocho tazas, pero pronto". Y ésta responde, en su congoja "-Aspérese, que la leña amaneció resestida... Como le que mil goteras y es porós... y a más no hay dulce..."<sup>88</sup> De inmediato la comadre envía a Isidra a la pulpería de don Santos a buscar el dulce y el pan, dos productos indispensables para que se efectúe la ingesta de café en la primera comida del día.

El poema evidencia una tradición que se mantiene hasta la actualidad: ofrecer una taza de café se considera la mejor manera de dar la bienvenida a los visitantes, es un código de significación que forma parte del ritual cotidiano dentro del espacio del ocio, del esparcimiento, del descanso... Toño, según narra Magón en el cuento "El grano de oro", es recibido por su amante esposa con

"su buen jarro de aromático café primorosamente chorreado en limpia bolsa de manta de lona, acompañado con media hojaldra de pan dulce y una sabrosa arepa de maíz, alisado con queso de Bagaces, acabada de asar al frente del encandilado brasero..."<sup>89</sup>

El ofrecimiento del café al visitante se efectúa a cualquier hora del día, un acto que se considera incluso obligatorio en las familias campesinas desde el siglo XIX, por lo menos así lo refiere Joaquín García Monge cuando al final de una tarde, arriba a la vivienda de la familia de un amigo suyo, de nombre no revelado, y tras ser recibido en el corredor de la residencia,

"la señora se retiró diciendo: -Horita verán como les traigo cafecito... llamados por la señora pasamos adentro; una cómoda hamaca que saliendo de un extremo de la sala se agarraba en el otro, me vino a mí como pedrada en ojo de boticario, y sin más cumplimiento me acomodé; el bueno de mi amigo se tendió en una cama que estaba en el ángulo de la habitación; momentos después apareció la señora con dos jarrones de café y dos bollos de pan dulce; y bajar yo tal bebida y a tales horas, nunca; al contrario, lejos de levantarme me acomodé mejor."<sup>90</sup>

En una referencia que no deja lugar a dudas, Carmen Lyra evidencia la importancia del café como código de afecto. En su novela titulada "En una silla de ruedas", la autora remite que Sergio Esquivel, el protagonista de su obra, siente un cariño especial por Miguel, uno de los hombres que trabaja en el arreglo de la calle. Para mostrar su agrado, Sergio "imaginó que el trabajador del casco estaba muy cansado. Si él, Sergio, se atreviese, los llamaría a todos y pediría a mama Canducha que les ofreciera una taza de café... pero le diría al oído que al hombre de casco se lo sirviese en su

Ciertamente la esfera del consumo doméstico constituye un contexto clave en el cual las identidades se formulan, se responden y se afirman<sup>92</sup>, y el café conduce a una nueva retórica de pertenencia a escala colectiva, es un elemento de sociabilidad, aglutinador que a su vez diferencia a la comunidad de otras<sup>93</sup>. El café es un elemento dentro del proceso de construcción del sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses en tanto favorece el sentimiento de pertenencia a una comunidad cultural. Es un elemento importante de sociabilidad.<sup>94</sup>

En la dinámica de las relaciones humanas, el ofrecer y recibir café como señal de complacencia en la Costa Rica de principios de siglo, evidencia la importancia que adquiere su consumo en la esfera doméstica. Por ejemplo, Luisa González, recordando a su maestra Carmen Lyra, describe la angustia que para ella, habitante de un barrio popular de San José, significó recibirla en su humilde casa en la primera década del siglo XX y más aun, ofrecerle café con bizcochos de maíz, una combinación frecuente en ese momento en los hogares de pocos recursos económicos. Detalla así la autora:

“Yo no sabía qué hacer ante aquel compromiso que me llenaba de pena y preocupación, al tener que llevar a la profesora a la propia cocina, en donde no teníamos sillas decentes, sino rústicos bancos y una mesa cubierta con una carpeta desteñida. Pero todo salió a las mil maravillas. Carmen Lyra, con su tacto exquisito y su sencillez natural y humana, hizo tertulia cálida y sugestiva, ganándose la simpatía de todas las gentes de mi casa que extrañadas, la veían chuparse los dedos al sacar las roscas esponjadas de la taza de café negro y caliente”<sup>95</sup>.

Es claro entonces que el consumo del café carga una serie de códigos de significación: descanso, hogar, confort, agrado, satisfacción, sociabilidad, amistad, entre otros. Su consumo es la culminación de un proceso ritual que se inicia desde la cogida de los granos en el cafetal, el secado al sol, el descascaramiento en el pilón, el tostado en el comal de hierro sobre la cocina de leña, la molido, hasta el chorreado. El trabajo que implica, convierte su consumo en el pináculo del proceso. El costo de la elaboración de este producto fortalece la ritualización que fija significados que se le asocian. Además, la ausencia cada vez más evidente del cacao del mercado nacional y la presencia más asidua del café en el comercio, contribuye con el cambio de la tradición. Ya Anthony Smith señala que

“las identidades y las tradiciones nacionales, como cualesquiera otras, están siempre en proceso de cambio; pero ese cambio se produce dentro de

El consumo de café estimuló y a su vez fue parte de los cambios en la "la dieta", entendida esta como una categoría cultural. Es importante considerar, como señala Mintz, que "los cambios radicales en las dietas en los últimos trescientos años se han logrado en gran medida por presiones revolucionarias del procesamiento y el consumo, así como añadiendo nuevos alimentos, en vez de limitarse a reducir los antiguos"<sup>97</sup>. Además, los significados son históricamente adquiridos -surgen, crecen, cambian, mueren- y son específicos de la cultura -donde sus significados relevantes son conocidos para los participantes-, así como arbitrarios porque todos son símbolos. De esta manera el consumo del café cambia de significado con el tiempo, otras significaciones se agregan, sin que las más antiguas se pierdan. Al inicio, de su ingesta pudo ser un acto de emulación o simplemente la satisfacción del deseo de adquirir una bebida caliente y estimulante que brinda la energía necesaria para llevar a cabo las labores, luego también pasa a formar parte de los ambientes festivos y de las actividades sociales, su significación se modifica y servir café connota hospitalidad y la hospitalidad significa el respeto por uno mismo y el respeto por uno mismo es a su vez conocer el lugar que ocupa en el sistema de clases.

El café se convierte en parte de la vida cotidiana de los costarricenses y contribuye en la construcción de un sentido de pertenencia compartido, pues es en las prácticas de la vida diaria donde los sujetos hacen suyas las normas y valores, "no tanto por un proceso pasivo de asimilación como por dinámicas cotidianas, a menudo inconscientes, constituidas a partir de rutinas que tanto se repiten y poco se reflexionan; es en las rutinas donde se van configurando órdenes y jerarquías simbólicas"<sup>98</sup>.

El hogar es el escenario por excelencia donde el café -su aroma- se evidencia como identificador del grupo familiar, en tal sentido, Luisa González observa que una de las características de su morada es que el ambiente siempre está cargado de "las emanaciones de un tostador de café y por los fogones repletos de ollas de tamales"<sup>99</sup>. La particularidad de su vivienda, donde se combina la fábrica de alimentos para la subsistencia familiar con la casa de habitación, podría señalar que se trata de un ambiente excepcional, no obstante en el casco urbano josefino y en las zonas urbanas y regiones aledañas a áreas productoras de café en general, el olor del grano tostado se relaciona con el núcleo central de pertenencia, así lo constata el señor Manuel Jiménez Aguilar, descendiente de

una familia cafetalera en el cantón de Turrialba quien recuerda que “mis hermanas tostaban en grandes comales de hierro el café que cogíamos de la finca de papá. Cuando huelo el café, siempre me viene a la memoria mi casa, mi casa olía a café”<sup>100</sup>. De manera explícita, Félix, uno de las personas que ayudan a la abuela de Magón año a año a preparar el cacao, con evidente elocuencia responde, cuando le ofrecen una taza de chocolate “a mi denmen café qu’es la bebida d’esta tierra por la que me baliaron y no esas cuitas de lora...”<sup>101</sup> Todavía, en 1940, según la autobiografía firmada por M.H.L., oriundo de Santa María de Dota, recuerda que tras una serie de inconvenientes que los mantuvo en la montaña varios meses, él y su amigo Jorge consiguen encender el fuego y poner a hervir agua de lluvia que logran recoger, y advierte:

“parte de ella la tomamos con azúcar y el resto la pusimos a hervir para hacer café. Cómo se aprecian las cosas en esos momentos críticos! Aquel olor a café casero que nos iba llegando al destilarlo! Lo tomé con un nudo en la garganta y lágrimas en los ojos. Noté que a Jorge le pasaba lo mismo. La cafetera estaba llena de café. Recogí más leña mientras Jorge con la mano buena no cesaba de atizar el fuego. Asamos varios palmitos y súrtubas. La segunda taza de café la tomamos con palmito asado; ya eso era diferente...”<sup>102</sup>

El olor a café refiere al núcleo familiar en la memoria individual, pero también en la dimensión colectiva, en tanto elemento mediador de sociabilidad, el café favorece la construcción de identidades. El café está siempre presente en las fiestas familiares, que celebran los nacimientos, aniversarios, matrimonios, triunfos de sus miembros, en los actos de tradición religiosa como bautismos, las primeras comuniones, las confirmaciones, así como en los duelos y reuniones en general. En estas actividades se desarrolla a una cohesión de los individuos alrededor de sociabilidades primarias o tradicionales de donde se desprenden lazos de solidaridad creados por intereses intrafamiliares, políticos, económicos, sociales o culturales que, reafirmando un carácter tradicional, construye formas de pertenencia. En resumen, “las identidades colectivas son referentes de sentido que identifican y, a su vez, diferencian a los grupos que participan en la vida social, por lo que constituyen un contenido fundamental en la interacción que se genera entre éstos, en la medida en que les permite dirigir su acción colectiva en una determinada dirección”<sup>103</sup>. Ahora, de acuerdo con Eric Hobsbawm, las identidades colectivas en tanto sentimiento de pertenencia a un grupo primordial, se definen porque los miembros reconocen su mismidad y otredad, porque son múltiples y combinables, porque son dinámicas, cambiantes, y dependen del contexto.<sup>104</sup>

Si las identidades que conforman una sociedad son múltiples, es de suponer que existe en el consumo generalizado de café en la sociedad costarricense, una función de embudo que emana

de los sectores hegemónicos. Esta afirmación tiene su asidero en el hecho de que el consumo del café es una costumbre europea que tiene varios siglos de existencia -desde el siglo XVIII se ingiere en Inglaterra, Turquía, Alemania, Italia y Francia<sup>105</sup>- cuando se inicia la producción y comercialización en Costa Rica. En el Reino de Guatemala, por ejemplo, se le sirvió por primera vez en febrero de 1745, “en la exaltación de la catedral en la Ciudad de Guatemala al rango de metropolitana,”<sup>106</sup>, acto que resulta estar “ligado al afrancesamiento de la moda y al movimiento ilustrado” pues el uso del café “tiene calificado en esta región el dictamen de los que ponen la ley del gusto.”<sup>107</sup>

Esto hace pensar que igual que en Guatemala, en Costa Rica, existe un sector “europeizado”, aquellos que degustan café contenido en una taza de fina cristalería como la que ofrece Montealegre y Carazo en *El Herald, Diario Republicano Independiente*, en 1890<sup>108</sup> y que frecuentan “La Geisha” y “El Salón Curling”. Son distintas las identidades que se construyen entre quienes, como Toño, en el cuento de Magón, ingieren su café en un jarro de loza, o como los internos de San Lucas que lo degustan en tarros de lata<sup>109</sup>, o como el amigo de Joaquín García Monge en la campesina morada de don Julián que con la confianza que le deparó el dueño, se dispusieron a beber café pues “no más llegando sacó su jícara y la llenó de café”.<sup>110</sup> Diferente es la forma como se consume el café en los sectores privilegiados de la población, Adela Ferreto, describiendo la rica casa del potentado donde labora su madre, en el primer lustro del siglo XX y las diligencias que se llevan a cabo allí diariamente, detalla que “el gran comedor resplandecía con sus muebles de maderas preciosas, con sus vajillas de plata y de porcelana fina. El patrón bebía su café negro en taza de oro. A veces comía en el desayuno gusanos.”<sup>111</sup> Su actitud es una clara emulación a las costumbres cortesanas del siglo XVIII en Francia, Inglaterra y Alemania. Allí, los aristócratas ingerían el café en porcelanas expresamente diseñadas para la bebida de la exótica sustancia.

Entre otros elementos, el consumo de café en utensilios diferenciados, no sirve finalmente solo para distinguir, si los miembros de una sociedad no compartieran los sentidos de los bienes, en este caso del café, si sólo fueran comprensibles para la élite o por la minoría que los usa, no serviría como instrumento de diferenciación, de ahí que “en el consumo se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad”<sup>112</sup>.

El consumo, más que la apropiación de bienes y la satisfacción de necesidades, es un lugar de diferenciación social y de distinción simbólica y es a la vez, un sistema de significados,

comprensible tanto para los incluidos como para los excluidos. Los miembros de la sociedad comparten los sentidos asignados a los bienes, por ello, su posesión sirve para distinguirlos, y "es tan fundamental en el consumo la posesión de los objetos y la satisfacción de necesidades, como la definición y reconfirmación de significados y valores comunes"<sup>113</sup>. De tal manera que la lógica del consumo son las diferentes formas de utilización de los bienes para crear signos de identidad y de distinción.

### **EL CAFÉ: REY DE LA ESFERA DOMÉSTICA**

En Europa, particularmente en Inglaterra, Alemania, Francia e Italia, el café es desconocido para 1650 y medio siglo después, está firmemente establecido como bebida del espacio público, de hecho desde 1687, Edward Lloyd abre la primera cafetería en la calle de la Torre de Londres y dos décadas después, en esa ciudad, hay cerca de trescientas cafeterías para una población de 600.000 habitantes, lo que indica que existe un establecimiento para cada 200 personas. Hay alrededor de 1000 tabernas en ese momento.<sup>114</sup>

Debe pasar media centuria en Inglaterra y una completa en Alemania, para que el café ingrese al espacio doméstico como bebida obligatoria del desayuno y de la tarde. Logra cruzar este umbral solo cuando se consolida y se convierte en una necesidad y además, se diluyen -sin llegar a desaparecer- los estigmas que se le atribuyen al café: causante de impotencia sexual, afección al sistema nervioso central, letargo en los niños, provocador de abortos en las mujeres, pérdida de la memoria y de la visión, afecciones en la columna, causante de epilepsia, destructor de las células cerebrales, etc. En el desayuno, el café contiene trazos de los efectos histórico-culturales de las cafeterías: marca el inicio del día de trabajo, poniéndole formalmente fin al descanso nocturno y logrando que los tomadores estén alertas en el día que inician.

En Costa Rica, a la inversa, el consumo del café se inicia en el espacio doméstico desde 1840 aproximadamente y en algunos sectores aun en la década anterior, particularmente en el Valle Central. No será sino hasta que allí esté consolidado, que se desplaza a la dimensión pública sin dejar el confort hogareño. En la primera comida de la mañana, es sin duda, el estimulante para comenzar el día laboral, pero lo es también el restaurador de media mañana y vuelve de nuevo a ser el reconstituyente de la media tarde. Aun en la dimensión pública, el café es servido de acuerdo con las costumbres hogareñas, en otros términos, a diferencia de lo que sucede en Europa, en las fondas que brindan café a partir de 1850, aproximadamente, el estimulante es ofrecido en los utensilios que

Mientras en Europa, el ritual del desayuno está unido a la lectura de periódicos matutinos, en Costa Rica, el diarismo no se desarrolla hasta la década de 1860<sup>115</sup>, quizá entonces, algunos sectores, los alfabetos que son los menos<sup>116</sup>, pueden tener acceso a las noticias mientras ingieren el primer café del día. La distribución de periódicos, en todo caso, se realiza temprano en la mañana únicamente en el Valle Central y no será sino hasta la década de 1930, cuando los medios de transporte permiten conducir el diario a zonas aledañas también en las primeras horas del día. No obstante, difícilmente llegan a los hogares antes del desayuno pues, como se ha expuesto, éste se realiza entre las cuatro y las seis de la mañana, tanto en las zonas rurales como urbanas al finalizar el siglo XIX y aun en las primeras tres décadas del siglo XX.

El café de las tardes, que en el siglo XVIII en Alemania particularmente comienza como una actividad estrictamente femenina en las denominadas “fiestas de café”, que no son más que una forma de expresar las mujeres, su inconformidad con las costumbre de impedirles el acceso a las cafeterías. En Costa Rica la ingesta de café en las horas intermedias de la mañana y de la tarde, no corresponde de manera exclusiva a ningún género, por el contrario, participan todos los miembros de la familia e incluso vecinos y amigos. Más aun, se utiliza la invitación a tomar café como una forma de lograr una conversación o simplemente tener compañía. Por ejemplo, Adela Ferreto recuerda que a Juana, una mujer que ayudaba en su casa en el primer decenio del siglo XX, le complacía hablar con “un famoso Juan Trigueros, rajón y decidor: a veces aparecía a la atardecida a pedir algo prestado, a hacer alguna consulta o, sencillamente a echar una conversadita. [entonces] Juana, ... cuando llegaba le ofrecía café con pan aliñado, hecho en la casa.”<sup>117</sup>

El café de la tarde, con pan dulce o tortilla, es una merienda imprescindible en los hogares de los sectores populares en Costa Rica. Aunque no se efectúa una reunión familiar como sucede durante la cena, los miembros de la prole, conforme arriban al hogar, ingieren su café en la cocina que por lo general está en el caldero recién chorreado, listo para ser bebido.

El consumo del café comienza en Costa Rica al despuntar el siglo XIX y su ingesta se realiza fundamentalmente en dimensión privada, en el hogar. Allí se afianza y se establece. Es la bebida básica del desayuno y lo es también la de las comidas intermedias, tanto en la mañana como en la tarde. Su consumo es cada vez más copioso, por varias razones: se trata de un grano que puede ser adquirido con facilidad, a través de la compra, del intercambio o simplemente porque se recoge en el solar; es un estimulante que también crea adicción, por tanto, su presencia es más asidua. Además, el chocolate, cuya producción decae y su precio aumenta, se convierte en una bebida solo requerida en ocasiones especiales. El aguadulce, por lo general se consume cuando por diversos motivos, no se tiene acceso al café.

En el seno del hogar y en la comunidad, el café está presente en los momentos más importantes de la vida: en el nacimiento, en el matrimonio, en la muerte, en las fiestas religiosas y en las reuniones sociales bajo cualquier excusa. Lo cierto es que adquiere diversos códigos de significación de acuerdo con la ocasión. En el matrimonio, comparte el espacio con diversos alimentos para mostrar los buenos deseos a los contrayentes y la alegría que significa la formación de un nuevo hogar. En las reuniones pos mortuorias, es la bebida indispensable para mantener alerta a los acompañantes de la familia doliente durante los rezos y lo es también la bebida imprescindible, junto con la chicha y otras pociones embriagantes, durante la semana de duelo y especialmente en el "novenario", el último evento que indica la partida definitiva del fallecido. Pero, según los recursos con los que se cuente, la cantidad de café y demás alimentos que se sirvan a los visitantes y su calidad, simboliza la generosidad del finado y el desprendimiento de su familia de los bienes materiales que comparten con los concurrentes.

En las fiestas religiosas, particularmente en los rosarios y durante los festejos de la Pascua, el café es servido junto con los tamales y la repostería que se prepara especialmente para esas épocas y que además, tiene como objetivo agradar a Dios y mostrar gratitud por todo lo reparado durante el año, compartiendo un poco con los amigos y familiares. El café es parte de este ritual y obsequiado en buena cantidad, sin miramientos, como símbolo de lo mucho que se ha recibido y de lo mucho que se comparte.

En el espacio doméstico, más que una emulación a las costumbres extranjeras, el consumo

del café adquiere características y significados particulares, autóctonos, generándose entonces una versión local de modernidad. El café se sirve, por lo menos dentro de los sectores populares, en jicara, recipiente donde antes se sirve el tibio, o en jarros de lata en el mejor de los casos. Se ingiere en la cocina, único aposento dentro de la casa, destinado al procesamiento de los alimentos. Los grupos privilegiados, entre tanto, toman un café de primera en tazas de fina porcelana o en tazas de oro, al estilo de los reyes europeos, en salones de té que ha construido precisamente para disfrutar de su rato "del café".

Sin embargo, la forma como evoluciona el consumo del café en Europa es distinta de la práctica que sigue en Costa Rica. A la inversa de lo que sucede en Inglaterra, Alemania, Francia e Italia, el café se ingiere y se consolida en el espacio doméstico y su consumo es profuso independientemente del sexo, la edad o el grupo social a los que pertenecen los demandantes.

Lo cierto es que el café, en poco tiempo, trasciende la dimensión y el confort hogareño y se traslada también al dominio público y es entonces servido en pulperías, fondas, cantinas, restaurantes y cafeterías con frecuencia y allí adquiere códigos de significación distintos pero en ocasiones paralelos, a los que desarrolla en el hogar.

## CITAS

1. Mintz, Sidney. *Dulzura y poder*. México: Siglo XXI, 1996, p. 167.
2. Guerra, François-Xavier. "Identidad y soberanía. Una relación compleja". En: *Imaginar la nación*. AHILALIT, 1994.
3. Mata, Jesús. "Algo sobre el Cartago anterior al terremoto de 1910". En: *Diario de Costa Rica*, 2-8-1952, pp 22-37 suplemento.
4. El terremoto de San Antolín. (2 de set. de 1841). *La Tribuna*, 31-8-1941. p. 15.
5. Hoffmann, Carl. En: Zeledón Cartín, Elias (comp.). *Viajes por la República de Costa Rica*. Tomo II. San José, Editorial de la Dirección de Publicaciones Museo Nacional de Costa Rica, 1997., p. 182.
6. Belly, Felix. Zeledón Cartín, Elias (comp.). *Viajes por la República de Costa Rica*. Tomo II. San José, Editorial de la Dirección de Publicaciones Museo Nacional de Costa Rica, 1997, p. 69.
7. Loc., cit
8. Trolope, Anthony. En: Fernández, Ricardo. *Viajeros*. San José: EDUCA, 1979, p. 460.
9. Gutiérrez Mata, José Miguel, Jiménez García, Mairene, Meléndez Ascencio, María Auxiliadora, Salas Fermán, Julio César. "Reclutas, caites, fusiles y dolencias en la Campaña Nacional. 1856-1857 (Algunos aspectos sobre vida cotidiana). Tesis presentada para optar al grado de licenciatura en Historia. San José: Universidad de Costa Rica, 1997, p. 127.
10. García Monge, Joaquín. *El Moto*. San José: Editorial y Distribuidora Centroamericana, 1969, p. 49.
11. <http://www.let.uu.nl/~jan.schroten/personal/morfapr/diminutivos.htm>
12. Tristán, Fidel J. *Baratijas de antaño*. San José: Editorial Costa Rica, 1966, p. 85.
13. La energía eléctrica se inicia en 1884 en San José, con una capacidad de 50 KW, se contruyeron pronto tres más pero hasta 1900 Minor Keith estableció una compañía, que junto con la de Felipe Alvarado, mantuvieron por muchos años la tarea de atender la demanda de energía eléctrica. Para más detalles sobre esto, véase Ferreto de Saenz, Adela y Meléndez, Carlos. *Nueva historia de Costa Rica*. San José: Imprenta Las Américas Ltda, 1970, p. 200.
14. Thompson, Edward. *Tradicción, revuelta y conciencia de clase*. Barcelona: Editorial Crítica, 1981, p. 249.
15. Cerdas, José Manuel. "Los obreros en la época de la manufactura: sistemas y condiciones de trabajo en San José (1930-1960). En: *Revista de Historia*. Heredia (Costa Rica). Número 31 (Enero-Junio 1995), pp. 127-162, p. 140.
16. Acuña, José Basileo. "Mi vecindario". En: *Júbilo y pena del recuerdo*. Lilia Ramos, comp. San José: Editorial Costa Rica, 1965, p. 271.
17. *Autobiografías Campesinas*. Vol. I. San José: EUNA, 1978., p. 45.
18. Fallas, Carlos Luis. *Mi Madrina*. San José: Editorial Costa Rica, 1972, p. 100.
19. *El Costarricense*, 2-6-1876, p. 5.
20. González, Luisa. *A ras del suelo*. San José, Editorial Costa Rica, 1994, p. 45.

21. Polakowsky, Helmuth. En: Zeledón Cartín, Elías (comp.). *Viajes por la República de Costa Rica*. Tomo II. San José, Editorial de la Dirección de Publicaciones Museo Nacional de Costa Rica, 1997, p. 372.

22. Jiménez Aguilar, Manuel. Entrevista. Turrialba, 10-9-2000.

23. Fallas, Carlos Luis. *Tres cuentos*. San José: Editorial Costa Rica, 1973., p. 94.

24. Fallas, Carlos Luis. *Marcos Ramírez*. San José: Editorial Costa Rica, 1995., p. 83.

25. "Alfredo González Flores al Congreso Constitucional 8 de mayo de 1914". En: *Mensajes Presidenciales*. Años 1906-1916. Carlos Meléndez, comp. Tomo IV. San José: Editorial Texto, 1983, p. 230.

26. "La plaza al día". *Diario de Costa Rica*. 2/10/1926, p.6.

27. Fallas, Carlos Luis. *Mamita Yunai*. San José: Editorial Costa Rica, 1998, p. 88.

28. Abad, Lesly. Representante de la Oficina del Café en Turrialba. Entrevista. San José: 7-9- 1999.

29. Carranza Solís, Jorge. *Monografía del café*. San José: Imprenta Nacional, 1935, p. 352.

30. Loc., cit.

31. Ramírez de Aragón, Juana. *La cocina costarricense*. San José: Librería Lehmann, 1914, pp. 157-158.

32. Thomas Francis Meagher. En: Fernández Guardia, Ricardo. *Costa Rica en el siglo XIX. Antología de viajeros*. San José. EDUCA, 1982, p. 437.

33. Núñez, Francisco María. "Los destellos de la fragua". En: Zeledón Cartín, Elías. *Imágenes costarricenses*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1994, p. 64.

34. *Autobiografías Campesinas*. Vol. I. San José: EUNA, 1978., p. 13.

35. Chacón Trejos, Gonzalo. *Tradiciones costarricenses*. San José: Editorial Costa Rica, sf., p. 52.

36. Carranza, op., cit., p. 534.

37. Loc., cit.

38. Fallas, Carlos Luis. 1998, op., cit., p. 101.

39. Ramírez de Aragón, Juana, op., cit., pp. 82, 87.

40. "El café, sus propiedades, cultivo y usos." Suplemento Homenaje al café de Costa Rica. San José. *La Tribuna* sp., 1934, p. 8.

41. Slater, Don. *Consumer Culture & Modernity*. Great Britain: Polity Press, 1997, p. 8.

42. Mintz, op., cit., p.153.

43. Ibid., p. 168.

44. Ramírez de Aragón, Juana, op., cit., p. 158.

45. Loc., cit.

46. Ramírez de Aragón, op., cit., p. 160.
47. Magón, op., cit., p. 300.
48. Ramírez de Aragón, op., cit., p. 160.
49. Loc., cit.
50. Magón, op., cit., p. 300.
51. DGEC. Censo de Población, 1864.
52. Magón, op., cit., p. 300.
53. Ibid., pp. 304.
54. Ramírez de Aragón, op., cit., p. 160.
55. Arjun Appadurai, ed. *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Grijalbo, 1991, p. 146.
56. Chacón Trejos, Gonzalo. En: Zeledón, Elías. *Tradiciones costarricenses*. San José: Editorial Costa Rica, 1940, p. 8.
57. Echeverría, Aquileo. *Concherías*. San José: Editorial Costa Rica, 1995, p. 65.
58. González, Manuel, op., cit., p. 90.
59. Vargas, Macabeo. *¡Oh tiempos aquellos! Antañerías*. San José: Imprenta Borrásé, 1952, p. 7.
60. Ibid., p. 86.
61. Fallas, 1972, op., cit., pp. 19-20.
62. Ibid., p. 23.
63. Ibid., p. 24.
64. Ferreto, Adela. *Crónicas de un tiempo*. San José: Editorial Costa Rica, 1978., p. 105.
65. Zeledón Cartín, Elías. *Imágenes costarricenses*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1994., p. 33-34.
66. *Autobiografías Campesinas*. Vol. I. San José: EUNA, 1978., p. 29.
67. Núñez, José María. "La despedida del difunto". En: *Imágenes costarricenses*. Elías Zeledón, comp., San José: EDUCA, 1994, p. 56.
68. Loc., cit.
69. Mintz, op., cit., p. 202.
70. Zeledón Cartín, Elías. *La navidad costarricense*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1999, p. 53.
71. Ibid., p. 119.

73. Elizondo, Manuel. "El rosario del niño". En: *Júbilo y pena del recuerdo*. Lilia Ramos, comp. San José: Editorial Costa Rica, 1965, p. 167.

74. *Autobiografías Campesinas*. Vol. I. San José: EUNA, 1978., p. 127.

75. Zeledón, Elías, 1999, op., cit., p. 123.

76. *Ibid.*, p. 109.

77. *Loc.*, cit.

78. *Ibid.*, p. 112.

79. Granados Chacón, Jaime. "La pascua de nuestros abuelos" En: Zeledón Cartín, Elías. *La navidad costarricense*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1999, p. 112.

80. Jiménez Rojas, Iris. Entrevista. Turrialba, 16-9-1999.

81. Sánchez, José. "Reminiscencias". En: *Imágenes costarricenses*. Elías Zeledón, comp., San José: EDUCA, 1994, p. 108.

82. Fallas, 1995, op., cit., p. 230.

83. Estatuto del Hospital San Juan de Dios y Lazareto. San José: Junta de Protección Social, 20-6-1883, p. 7.

84. Núñez, Francisco María. "Costumbres populares en Desamparados". En: Zeledón Cartín, Elías. *Imágenes costarricenses*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1994, p. 93.

85. Ross de Cerdas, Marjorie. *Al calor del fogón*. San José: Editorial Cultur Art, 1986, p. 40.

86. *Autobiografías Campesinas*. Vol. I. San José: EUNA, 1978., p. 16.

87. Ross, op., cit.

88. Echeverría, Aquileo. "La visita del compadre". En: *Concheries*. San José. Editorial Costa Rica, 1995, p. 79.

89. González Zeledón, Manuel. "El grano de oro". En: Suplemento de *La Tribuna*. San José, 1934, p. 67.

90. García Monge, Joaquín. op., cit., p. 43.

91. Lyra, Carmen (seud). *En una silla de ruedas*. San José: Editorial Costa Rica, 1977, pp. 32-33.

92. Orlove, Bejamín. "Introduction". In: *The Allure of the Foreign*. Michigan: The University of Michigan Press, 1997, pp. 7-8.

93. El individuo siente la necesidad de identificarse "con una magnitud superior como una constante antropológica, como una circunstancia en la que cada ser humano dispone siempre de diversos objetos con los que se identifica, aunque con distinta intensidad." Hroch, Miroslav. "La construcción de la identidad nacional. Del grupo étnico a la nación moderna". En: *Revista de Occidente*, (1994), pp. 45-60, pp. 52-53.

94. La nación es un proceso de construcción de homogeneidad social y cultural, una construcción dinámica y por ello cambiante, -se crea y se recrea en un proceso de construcción permanente- donde la homogeneidad social y cultural resultan vitales para su existencia, el resultado exitoso del proceso sería la nación. Véase, Gellner, Ernest. *Nacionalismo*. Barcelona: Ed. Destino, 1998, p. 22. Para Brading, la única idea de nación es la nación cultural, aunque no es posible sostener la nación política, sin atributos culturales, pero no es solo política. Brading, David. "Nacionalismo y estado en Hispanoamérica", en varios autores, *Iberoamérica en el siglo XIX. Nacionalismo y dependencia*. Ediciones Eunat, 1995.
95. González, Luisa. *A raz del suelo*. San José: Editorial Costa Rica, 1994, p. 122.
96. Smith, Anthony. "Tres conceptos de nación". En *Revista de Occidente*, (1994), pp. 7-22, p. 20.
97. Mintz, op., cit., p. 40.
98. Sandoval, Carlos. "Identidades profesionales en la industria de la publicidad". En: *Comunicación y construcción de lo cotidiano*. Patricia Vega, ed. San José: DEI, 1999, p. 263.
99. González, op., cit., p. 60.
100. Jiménez Aguilar, Manuel. Entrevista. Turrialba, 12-9-99.
101. Magón, op., cit., p. 307.
102. *Autobiografías Campesinas*. Vol. V. San José: EUNA, 1978., p. 44.
103. Sobre la construcción de identidades entre los primeros trabajadores de la línea del ferrocarril al Atlántico, véase: Murillo Chaverri, Carmen. *Identidades de hierro y humo. La construcción del ferrocarril al Atlántico 1870-1890*. San José: Editorial Porvenir, 1995.
104. Hobsbawm, Eric. "La política de la identidad de la izquierda". En *Nexos*, 24 (agosto 1996), pp. 41-47, pp. 42-43.
105. Tannahill, Reay. *Food in History*. USA: Three Rivers Press, 1988, pp. 274-275.
106. Meléndez, Carlos. *La ilustración en el Reino de Guatemala*. San José: EDUCA, 1971, p. 117.
107. Loc., cit.
108. *El Heraldo. Diario Republicano Independiente*. San José, 31-10-1890, p. 3.
109. ANCR. Serie Policía. No. 4914, 1890, f. 13.
110. García Monge, Joaquín. op., cit., p. 45.
111. Ferreto, op., cit., p. 271.
112. Canclini, Néstor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Editorial Grijalbo, 1995, p. 45.
113. Ibid., p. 43.
114. Schivelbusch, Wolfgang. *Tastes of Paradise. A Social History of Spices, Stimulants, and Intoxicants*. New York: Vintage Books, 1993, pp. 15-95.
115. Sobre la historia de la prensa en Costa Rica, véase. Vega, Patricia. *De la imprenta al periódico*. San José: Editorial Porvenir, 1995.

116. El analfabetismo en 1892 es del 68.57%. Oficina Nacional de Estadística y Censos. San José, Censo de Población, 1892, p. CVII.

117. Ferrero, op., cit., p.271.

EL COMERCIO  
LOS ESPANÓLES

INTRODUCCIÓN

En la última década del siglo XIX el comercio exterior de España y su giro, tal y como venía sucediendo desde el siglo XVIII, experimentó un cambio radical. El comercio exterior de España, en el siglo XIX, se caracterizó por un fuerte predominio de los productos agrícolas y ganaderos, especialmente el vino y el aceite, que constituyeron el grueso de las exportaciones españolas. El comercio exterior de España, en el siglo XIX, se caracterizó por un fuerte predominio de los productos agrícolas y ganaderos, especialmente el vino y el aceite, que constituyeron el grueso de las exportaciones españolas.

El comercio exterior de España, en el siglo XIX, se caracterizó por un fuerte predominio de los productos agrícolas y ganaderos, especialmente el vino y el aceite, que constituyeron el grueso de las exportaciones españolas. El comercio exterior de España, en el siglo XIX, se caracterizó por un fuerte predominio de los productos agrícolas y ganaderos, especialmente el vino y el aceite, que constituyeron el grueso de las exportaciones españolas.

El segundo grupo de productos de exportación de España, en el siglo XIX, se caracterizó por un fuerte predominio de los productos agrícolas y ganaderos, especialmente el vino y el aceite, que constituyeron el grueso de las exportaciones españolas. El comercio exterior de España, en el siglo XIX, se caracterizó por un fuerte predominio de los productos agrícolas y ganaderos, especialmente el vino y el aceite, que constituyeron el grueso de las exportaciones españolas.

La mercancía y las relaciones comerciales de España, en el siglo XIX, se caracterizó por un fuerte predominio de los productos agrícolas y ganaderos, especialmente el vino y el aceite, que constituyeron el grueso de las exportaciones españolas.

## CAPÍTULO 4

EL CONSUMO DEL CAFÉ EN  
LOS ESPACIOS PÚBLICOS (1840-1940)

## INTRODUCCIÓN

En la séptima década del siglo XIX, el consumo de café trasciende definitivamente el espacio doméstico y se sirve, cada vez con mayor frecuencia, en negocios diversos: pulperías, fondas y restaurantes y luego en comercios denominados así mismos como “cafeterías” o simplemente “café”. Los primeros establecimientos, que proliferan profusamente al finalizar el siglo XIX y las cafeterías en particular, en el crepúsculo del XX, se convierten rápidamente en puntos de reunión, lugares de tertulia, espacios donde se comparten los ratos de ocio y de esparcimiento.

Pretender analizar el surgimiento y la expansión de estos locales y las actividades que se realizan en ellos, desnudan un cúmulo de problemas de investigación que podrían agruparse en dos conjuntos. El primero está relacionado con una materia práctica y básica para la comprensión del asunto planteado y es el referido tanto a la forma como al momento, en el que el consumo del café atraviesa a la esfera pública. ¿Estuvo acaso recluido desde el principio solo a la dimensión doméstica? ¿El consumo del café fue simultáneamente público y privado desde el inicio? ¿Se trata de un fenómeno exclusivamente urbano o se expande a las regiones rurales también? ¿Quiénes son los dueños de las cafeterías? ¿Cómo evolucionan los negocios?

El segundo grupo de problemas está vinculado con las dinámicas sociales que se generan en torno a la ingesta del café. En cafeterías, posadas, hosterías y restaurantes, el café se convierte poco a poco -o quizá en un lapso pequeño- en la bebida principal alrededor de la cual se efectúa la reunión. Allí los asistentes, -en algunos momentos y lugares se trataría generalmente de un grupo que se modifica poco- encuentran espacio para socializar; en las tertulias ¿se resuelven y se generan conflictos sociales e individuales? La práctica de consumir café en la dimensión pública ¿es una emulación de la modernidad europea?

La emulación a las cafeterías europeas está presente en algunos de los establecimientos en Costa Rica, sin embargo, se desarrollan formas sumamente heterogéneas de negocios donde el café es una de las bebidas principales, dando lugar a versiones locales de modernidad. La divergencia entre

los sitios se evidencia desde el inicio del surgimiento de los "cafés" en el último decenio del siglo decimonónico, entre otras cosas, por condiciones estructurales y la disposición interna del negocio y un ejemplo claro lo constituye la diferencia notable que existe entre algunas pulperías y el Café Mangel en la década de 1890. En las pulperías, donde además de ser sitios de venta de múltiples productos, se sirve café a los clientes que así lo demanden, se departe con los vecinos en un ambiente de total informalidad, entre un cúmulo de diversos objetos, mientras en el segundo, los asistentes saborean su café mientras platican sentados en cómodas sillas, en un espacio cuidadosamente acondicionado para cumplir con el servicio que ofrece. También la pluralidad se verifica en el prestigio del lugar que se visita y en la compañía con la que se sociabiliza pues es distinto acudir al café "La Geisha" que a los restaurante del jamaiquino Amaya, ya en la segunda década del siglo XX. En el primero, se encuentran intelectuales, artistas, políticos, hombres de negocios que ocupan los primeros lugares en la escala social, mientras que los burdeles del foráneo, son sitios de reunión de los desposeídos y marginados.

El objetivo de este capítulo es analizar cómo, y cuándo el consumo de café trasciende a la esfera pública para determinar las dinámicas sociales que se desarrollan en torno a su ingesta e identificar su influencia en la construcción de los procesos del sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses.

Nuestra propuesta es que, particularmente en el espacio público, el consumo del café fue socialmente diferenciado, heterogeneidad que es deudora de diversos factores: el precio del producto, su calidad, las condiciones estructurales y el prestigio del lugar donde se sirve, los sectores sociales que frecuentan esos sitios, la compañía con la que se ingiere la bebida, los utensilios que se emplean, los alimentos que la acompañan, etc. Hipotéticamente se podría señalar que las cafeterías son un fenómeno urbano y del siglo XX. Algunas son una emulación de la modernidad europea y éstas son visitadas por la élite. Otras cafeterías, lo mismo que las pulperías, restaurantes, fondas y clubes, donde también se ofrece café, son frecuentadas por los sectores populares. En éstos últimos sitios se desarrollan formas de sociabilidad que dan lugar a una versión local de modernidad. En todas ellas se engendran y afianzan, vínculos de identificación y de diferenciación grupal y social.

Las fuentes que se usan para acercarse al fenómeno que se pretende analizar son diversas. En este caso resultan fundamentales los avisos comerciales que se publican en los periódicos que circulan

entre 1840 y 1940. En esos anuncios se destacan no solo las cualidades del producto que ofrecen, sino también el precio, las características del establecimiento, en algunos se hace referencia a los grupos que lo frecuentan, y las horas de atención, de modo que brindan datos que permiten reconstruir una parte de la cotidianidad de ese periodo. Sin duda son importantes las crónicas de los viajeros referidas a hoteles, cafeterías, restaurantes y mercados. Se trata de relatos vistos con los ojos del extranjero, juicios -peyorativos algunos- que en su mayoría, son referencias que permiten dimensionar la actividad social que se origina en torno al consumo del café en el espacio público. Igualmente valiosas como fuentes de información son las autobiografías pues los escritores en algunos casos, señalan con pormenores las actividades que se llevan a cabo en los diversos establecimientos y permiten entonces determinar las dinámicas sociales que se generan según el grupo socio-cultural que participa.

Por fortuna, al final del siglo XIX y en las primeras décadas del siguiente, se realizan esfuerzos tendientes a destacar la situación comercial al interior país a través de varias revistas cuyo público meta se ubica fuera de las fronteras nacionales. Los directorios editados por Schroeder, Otoniel Pacheco y Genaro Peralta, para 1890, 1895 y 1905, respectivamente, son de gran utilidad, lo mismo que *El libro azul de Costa Rica*, *la Revista de Costa Rica en el siglo XIX* y la guía comercial de la década de 1920 compilada por Luis De Hoyo, ya que brindan un panorama de la cotidianidad sumamente enriquecedor para el análisis histórico.

El material icónico es importante también. Especialmente las fotografías de establecimientos comerciales permiten introducirse en su interior, escudriñar su exterior y analizar entonces su posible funcionamiento en una sociedad que sale de la aldea para ingresar al mundo urbano. La literatura costumbrista sigue siendo esencial para divisar, desde la perspectiva de los diversos autores, la vida cotidiana de la Costa Rica del periodo que nos ocupa, sobre todo porque remiten a las sensaciones que viven los actores sociales que participan en la dimensión pública de la ingesta del café. Fundamentales resultan también los censos comerciales y las guías comerciales que publica la Dirección General de Estadística y Censos y la Cámara de Comercio de Costa Rica, respectivamente.

### **LAS PULPERÍAS: SITIOS DE VENTA Y DE REUNIÓN**

Las pulperías constituyen centros de reunión, lugares donde acuden los vecinos, no solo para comprar sino también para establecer vínculos de sociabilidad. Por lo general, los consumidores de bebidas alcohólicas, se presentan en estos establecimientos a ingerir sus primeras copas (o vasos o jarros) de aguardiente y lloran al dependiente sus penas. La taquilla, pulpería y tercena "El Trueno", ubicada en la ciudad capital a finales de 1870, abría sus puertas a las cinco de la mañana "y empezaba el despacho de tragos y comestibles."<sup>1</sup> Los ratos de ocio también son útiles para refugiarse en la pulpería donde por lo general se encuentran otros vecinos que llegan, motivados por la necesidad

de un producto o por el deseo de compartir momentos de esparcimiento.

Son sitios que se hallan distribuidos en todo el territorio poblado a finales del siglo decimonónico y principios del siguiente, y son espacios con escasa comodidad para albergar a los parroquianos. En la foto 4-1 se observan los asistentes a un negocio de este tipo ubicado en la ciudad Cartago en la primera década del siglo XX. Carece de muebles para



acomodar a la concurrencia pero recostados al mostrador o simplemente de pie, llevan a cabo las tertulias. Es entonces lugar de convergencia al que asisten tanto hombres como mujeres y niños, punto de compra y de recreo, donde se suplen, además de productos, de la información necesaria para desenvolverse en la cotidianidad que les toca vivir. Se trata de un espacio de encuentro de los sectores populares, los "notables" del pueblo, prefieran el gozo del hogar y más tarde el de los hoteles y clubes exclusivos para expandir su espíritu.

Carlos Jinesta, en 1891, al describir su entorno, le brinda especial atención a las pulperías, según su criterio, son negocios tan frecuentes que se encuentran "en toda manzana, [y son los

espacios que] ... brindan sentido democrático a la República: lugares en que se vende, se compra, platicase de política y se hartan de bofetones los clientes. ¿Quiere Ud. leña? ¿Necesita una medicina? ¿Anda en busca de medias? ¿De aguardiente? ¿De clavos? ¿De una guitarra? ¿De una olla del tiempo de Maricastaña? Acuda a la pulpería en donde cabe todo como en la caja de Pandora, en donde la atiende un prójimo en mangas de camisa, que sabe de finanzas, de historia, de gramática y con humildad barre el abastecimiento.<sup>2</sup>

Efectivamente, la proliferación de objetos en el negocio evidencia que la mayoría de las demandas de los clientes pueden ser satisfechas allí. Con elocuente pluma, Magón dibuja la taquilla, pulpería y tercena "El trueno", desnudando su interior de la siguiente manera:

"El interior de "El Trueno" presentaba un aspecto pintoresco, un hacinamiento de objetos nuevos y viejos, útiles e inútiles, grandes y pequeños; casi indescritibles; allá en el suelo, un manojo de escobas extranjeras; acá, rebosando grasa, un tarro de aguarrás, aquí, un barril de frijoles bayos; el saco de azúcar negro con su cucharón de lata o erizado de avispas; el cajón de sal criolla resumando agua; el rimero de espuelas y frenos, la sarta de guruperas, las ollas, cazuelas y comales herrumbrados colgado del techo. A la par del salchichón negro sudando grasa; los quesos de bola, con soles en tiempos de quema, codéandose con las cinchas de cabuya, rayadas de azul y verde, los atados de dulce en desordenada hilera, forrados de bagazo y hojas de caña, desmoronándose sobre la caja de candelas "Belmont" de a ocho en libra y el queso de Bagaces con su costra de boñiga. Sobre el mostrador de cedro lleno de cortaduras, raspaduras y entrerrenglonaduras, la urna de feisimo estilo con sus varillas barnizadas y sus vidrios cubiertos de goterones y polvo, repleta de tiliches como gargantillas, sortijas de plaque, caballitos, gacillas, alfileres, pañuelos con "Te amo" y "Tuyo hasta la muerte"; papel de cartas "Congress\_", sobres amarillos, betún de Masón, jabón de Windsor, leotinas de cobre, cintas de papelillos, pomadas "Filomoce" y perfumes de todos los colores del arco iris y de los olores de todos los almizcles, sin exceptuar el pachulí apestosisimo. Clavados en el borde del despacho del guaro "diacuattros" y "diadoses" falsos; trascendía el olor acre y nauseabundo del tabaco en rama y de la breva virginia que en un cajón del mostrador yacían entre trapos húmedos, y pendiente de grueso alambre de hierro sujeto al techo por colosal argolla, la balanza de latón con sus anchos platillos y sus cadenitas decoradas por las moscas."<sup>3</sup>

Algunos pulperos diversifican su negocio más allá de donde la imaginación alcanza. Ceferino Cañizales, además de mantener las características del Arca de Noé en su establecimiento de pulpería, taquilla y tercena, funciona por las noches como una fonda. Más aún, expone con amplitud la pluralidad de su local en un anuncio divulgado en el *Diario de Costa Rica* en 1886<sup>4</sup>:

ojo  
 Y MUCHA ATENCION.  
 La Cubana Costarricense  
 TRANFORMADA EN .  
 Pulperia.  
 Taquilla. Tercena y  
 Restaurante.  
 Por la noche : y  
 Fábrica de tabacos y.  
 Cigarros.  
 Surtido de  
 Palas americanas  
 de acero Castill. á doce pesos docena.  
 cerraduras a dos pesos  
 docena.  
 Acudid á lo bueno y barato.  
 O desmayar con las medicinas de Seigles. sus resultados son maravillosos.  
 Ceferino Cañizales.

Esta multiplicidad de actividades no es extraña, por lo general las pulperías son también taquillas y restaurantes, además de hoteles y vinaterías. En 1890 en Cartago, “La Estrella del Norte” se publicita como hotel pero es igualmente pulpería y vinatería (véase foto 4-2)<sup>5</sup>.

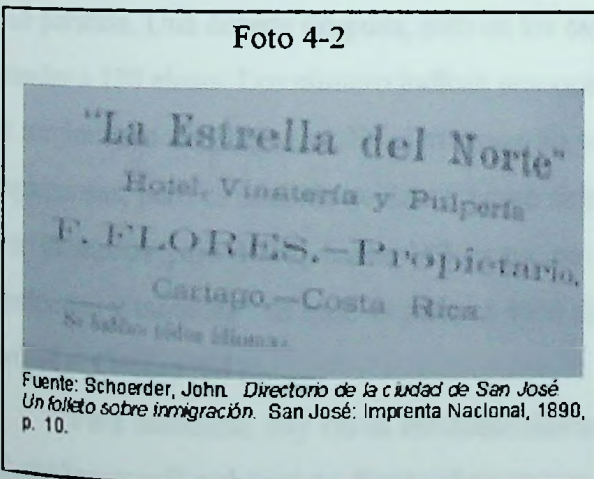
Algunos expanden sus negocios dividiendo los locales según los productos y servicios que ofrecen, “El Aguila de Oro” es una cantina que funciona en 1905 pero su dueño Napoleón Soto, colocó la pulpería a unas cuadras de distancia, de manera que los clientes pueden acudir a una o a

otra según sus demandas.<sup>6</sup> Las cantinas, - llamadas por lo general taquillas- igual que las pulperías, tienen múltiples propuestas de productos y de servicios, aunque el rubro más importante es la venta de licor. “La Palma”, por ejemplo, es un bar ubicado en el casco capitalino en 1901, tiene “servicio especial para bailes y bodas a precios reducidos siempre con su bien surtido de tosteles y dulces frescos a toda hora”.

A partir del 21 de agosto de ese año, también

“prepara en la noche.... magnífico chocolate, café, té y ponches helados o calientes” lo mismo que

Foto 4-2



emparedados, helados y “toda clase de pastas de cualquier país”.<sup>7</sup>

Esa costumbre de servir en el mismo establecimiento licores y café nace desde el siglo XIX, a juzgar por los avisos que se imprimen recurrentemente en los semanarios y diarios de la época. En diciembre de 1888, Próspero Castro, un comerciante josefino, publica en el *Diario Costarricense* en diciembre de 1888<sup>8</sup> un anuncio que no deja lugar a dudas y a la letra dice:

Fiestas - En la Cantina de la Estación encontraréis café con leche -y negro- pastelillos de carne. vinos, cognacs, biters. CUSUCA.  
Tosteles, confites, frutas cristalizadas  
Encontraréis también en abundancia.  
(¡Cómo se han de convencer!)  
Pereza mucha apuntar,  
Prontitud para cobrar.  
Dar el vuelto y más vender!  
San José, diciembre 28 de 1888  
Prospero Castro A.

El número de pulperías y pulperías y vinaterías o pulperías y taquillas, crece decididamente en todo el país pero en especial en el casco capitalino. En 1895 funcionan 71 negocios<sup>9</sup> así denominados, en 1905 ha subido a 96<sup>10</sup> y una década después ya son 284<sup>11</sup>. Lo que resulta interesante es que el número de pulperías crece más rápidamente que la cantidad de habitantes en el casco urbano de San José. Como lo muestra el Gráfico 1-4, en el año de 1895 cada establecimiento satisface a poco más de 563 pobladores, diez años después, se reduce a 542 y en 1915, hay una pulpería para cada 168 persona. Una década después, solo en los cantones centrales de San José hay una pulpería para atender a 130 almas. Los número indican entonces que la demanda está en aumento lo que favorece el surgimiento de pulperías. Es cierto que no todas ofrecen a sus clientes bebidas alcohólicas o espirituosas, pero es también evidente, como se ha referido, que algunas si lo hacen con frecuencia. Por lo menos para 1915, había 142 negocios que en el censo comercial se registraron como “pulperías y taquillas” en todo el país, el 40% de las cuales se ubican en la provincia de San José (véase el Cuadro 4-1).

Para entonces, hay otros establecimientos donde se puede conseguir igualmente bebidas alcohólicas y café o chocolate. Según el censo comercial referido, hay 453 locales solo en la provincia

de San José y 1291 en todo el país, considerando que ninguna de las denominadas solamente pulperías vendan estas bebidas. De manera tal que si el país tiene 391.021 habitantes, hay un lugar donde ingerir licor y/o café para cada 303 personas.

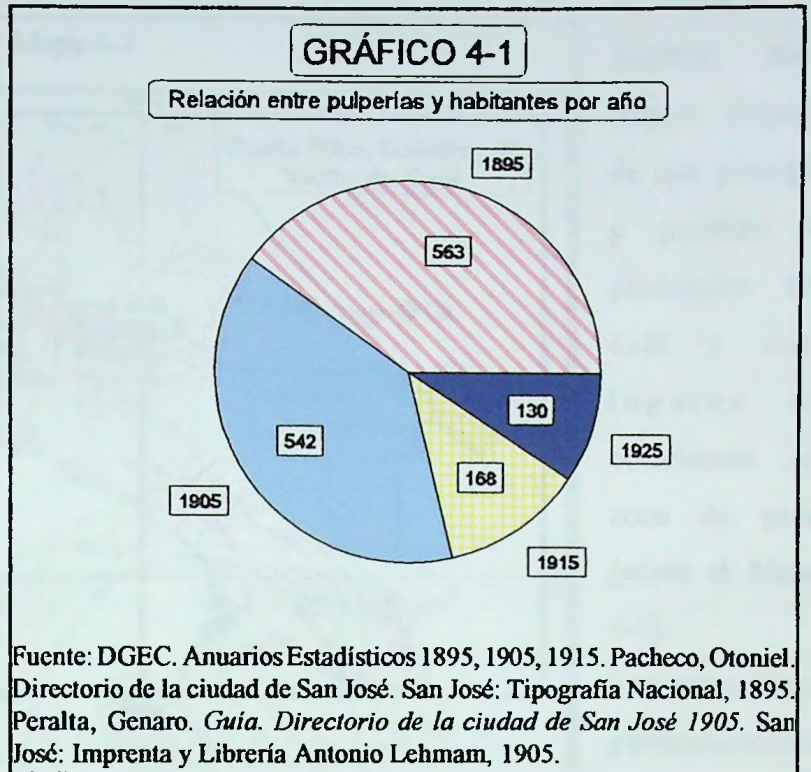
Las pulperías son los establecimientos más numerosos en ese entonces, y se ubican en todo el territorio nacional, pero igualmente lo son las taquillas y las vinaterías. Se podría asegurar que en ninguna población falta

entonces una pulpería, una taquilla o una vinatería. Pero también en los hoteles y posadas el café y el aguardiente son ofrecidos a los clientes desde mediados del siglo XIX.

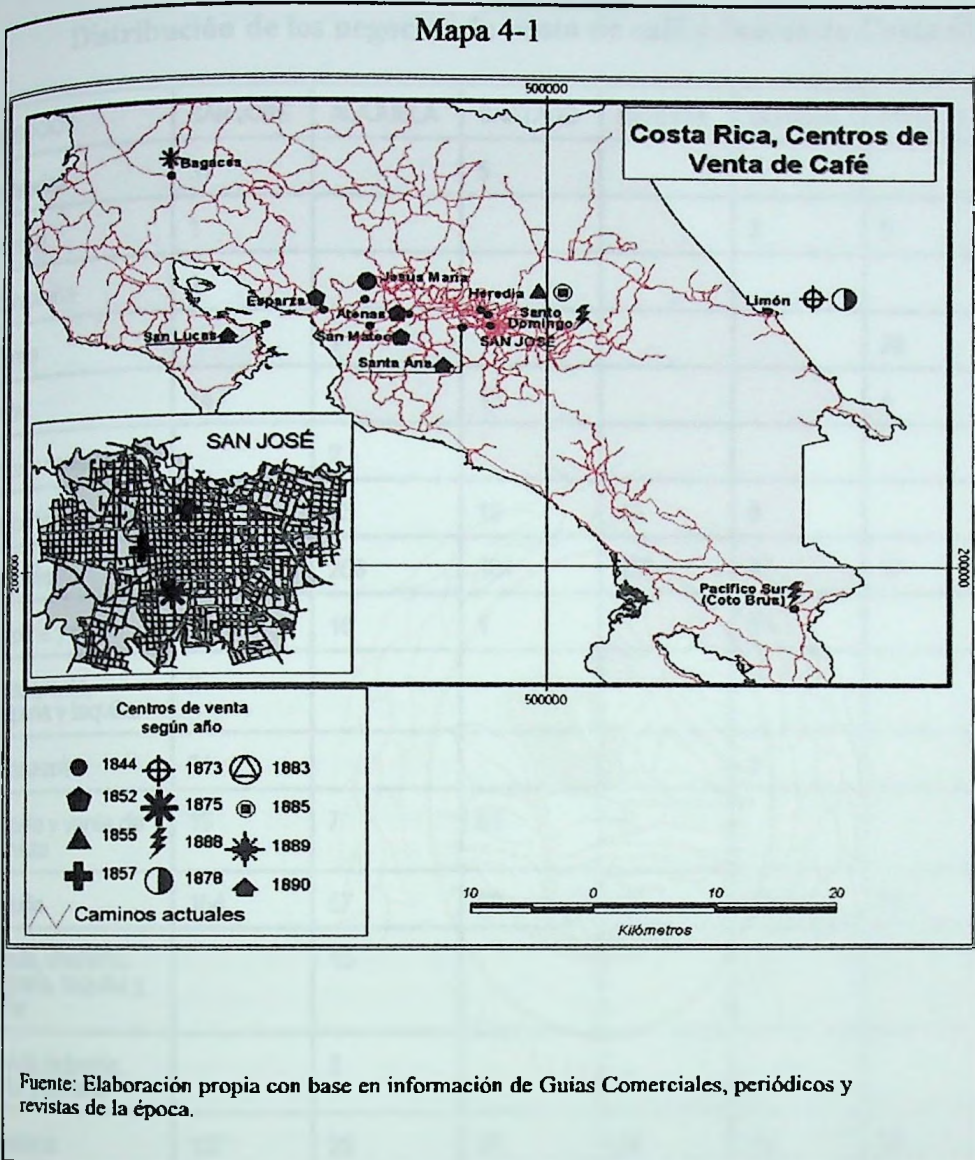
### LAS POSADAS Y HOTELES

El café se sirve en hoteles y posadas desde la década que inicia en 1850. Algunos son sitios improvisados que brindan el servicio por unas pocas horas. A mediados del decenio de 1870, según recuerda el alemán Helmuth Polakowski, que en los días de mercado, por lo general los sábados de 5 de la mañana a 3 de la tarde, se colocan al final de la plaza, sitios de ventas de alimentos donde se cocinan “diversos platos nacionales en grandes cacerolas de hierro y los venden a vendedores, soldados y visitantes pobres”. El plato principal lo constituyen los frijoles negros, los plátanos fritos y arroz coloreado de rojo con achiote, igual que las tortillas, rellenas de carne molida y abundante café, chocolate y chicha<sup>12</sup>.

Las fondas y restaurantes permanentes se ubican fundamentalmente en San José y en diversos pueblos que se encuentran en el trayecto del camino hacia Puntarenas, especialmente en San Mateo,



Mapa 4-1



Fuente: Elaboración propia con base en información de Guías Comerciales, periódicos y revistas de la época.

Atenas y Esparza, poco tiempo después de que principia y prolifera la producción del café y esos lugares se convierten en zona de paso (véase el Mapa 4-1).

Los extranjeros, particularmente a aquellos provenientes de Europa -Francia, Alemania e Inglaterra-, son servidos con la bebida en su andar por Costa

Rica, en las posadas donde se detienen. Se trata de personas ampliamente acostumbradas a ingerir café en sus países de origen, de manera que es posible que lo soliciten con frecuencia lo que obliga a los mesoneros a brindarles el estimulante. Sin duda, este es un factor que contribuye en el establecimiento del hábito en la dimensión pública, lo que es finalmente, una imitación de una rutina foránea, copiada en poco tiempo por los nacionales, favorecidos por el hecho de que, a diferencia de los europeos, tienen el café al alcance de la mano.

**CUADRO 4-1**  
**Distribución de los negocios de venta de café y licores en Costa Rica (1915)**

NEGOCIOS	SAN JOSÉ	ALAJUELA	CARTAGO	HEREDIA	GUANAC.	PUNTAR.	LIMÓN	TOTAL
cafeterías	31		5				2	38
cantina	1				3	5	3	12
Cervecería	2							2
Fonda		1				20		21
hotel	14		13			4	6	37
hotel y cantina		2					3	5
pulpería y taquilla	56	53	15	10	8			142
pulpería	454	206	184	132	77	97	220	1370
pulpería y otro	11	16	1		15		2	45
Restaurante, pulpería y taquilla	2						1	3
restaurante	34				1		7	42
taquilla y venta de cerveza	19	7	60	4				90
taquilla	164	67	52	62	30	38	80	493
tienda, vinatería, pulpería, taquilla y billar		15						15
tienda, pulpería, billar y dominó		2						2
vinatería	107	29	31	24	18	30	60	299
vinatería, pulpería y taquilla	12	29				1	12	54
<b>TOTAL</b>	<b>897</b>	<b>427</b>	<b>361</b>	<b>232</b>	<b>152</b>	<b>195</b>	<b>396</b>	<b>2660</b>

Fuente: DGEC. Censo Comercial 1915. San José, Imprenta Nacional, 1916.

La oferta de la bebida en los principales hoteles del país se realiza tempranamente. En 1857, la *Crónica de Costa Rica*, periódico de mayor distribución en la época, advierte a los lectores que el Hotel de Costa Rica, propiedad del alemán F. Rohrmoser [sic], propone a sus huéspedes "Punto de reunión, café, juegos de distracción. Casa, mesa y servicio general..."<sup>13</sup>(véase foto 4-3). El Hotel de San José, en la misma fecha, también tiene a disposición de los usuarios, además de

licores, cena, habitación, mesa, el café<sup>14</sup>. Es claro que se trata de locales administrados por extranjeros en cuyos países de origen el café es una tradición y también la mayoría de sus clientes proceden de lugares donde el consumo de esta bebida constituye una costumbre arraigada en ese momento.

Los hoteles son espacios donde los extranjeros y los nacionales, desarrollan lazos de sociabilidad. El Hotel Inglés, que para 1852 es propiedad de "un viejo inglés cojo, Mr. Cauty<sup>15</sup> [se había preparado] un club donde la gentry masculina de la ciudad solía reunirse todas las tarde a charlas sobre café, riñas de gallo, caballos y mulas antes de ponerse a jugar, lo que generalmente sucedía después de las once de la noche, hora en que Mr. Cauty ahuyentaba a sus clientes no jugadores, cobrándoles una multa de medio peso por cada hora de permanencia después de la hora indicada..."<sup>16</sup> Son, como en Europa en el siglo XVIII, lugares exclusivamente masculino, donde los hombres, comparten ratos de esparcimiento y ocio, se principian y se concretan negocios, se discuten y se toman decisiones.

Con un tono peyorativo, sin embargo, el alemán Wagner Moritz, quien arriba al mismo hotel un año después, opina que en esa posada, donde debían

"pagar diez reales diarios por comida y habitación. Se carecía de la comodidad de un salón adecuado y se comía en una mesa común; también había que conformarse con los platos exageradamente recargados de pimienta y condimentos de la cocina inglesa. En el mismo hotel se había establecido un club a la inglesa con votación por balotas. Aquí se encontraban periódicos ingleses y españoles y se efectuaba un fuerte juego de azar, pero se carecía enteramente de aquella alegría social que en las sociedades europeas de esta clase, resulta de la convivencia de hombres cultos, inteligentes y amables. Quien en este club no jugara se encontraba pronto fastidiado y evitaba al fin una sociedad que no sabía o no podía aprender el arte de divertirse dignamente sin cartas y dados."<sup>17</sup>

Lo que no considera el viajero, es que en esos lugares se desarrolla una forma de sociabilidad particular, producto del entorno de la época y de los procesos de reproducción cultural que condicionan el comportamiento de los grupos sociales que participan en esos encuentros; en una palabra surge una -o varias- versiones locales de modernidad. Nacen algunas, efectivamente, como imitaciones de costumbre extranjeras, fundamentalmente europeas, pero la dinámica social que ahí se genera, -y así lo delatan las actividades y los temas de conversación- engendra formas de sociabilidad distintas, estableciéndose entonces una identificación grupal autóctona.

En estas reuniones donde, las bebidas embriagantes o espirituosas -café y chocolate fundamentalmente- constituyen un elemento esencial de los grupos sociales que acuden a los espacios de venta pública de bebidas. En otros términos, la sociabilidad, es decir, la pertenencia a un grupo social y el mantenimiento de relaciones sociales, es inconcebible sin la ingestión de alcohol o café<sup>18</sup>. El consumo de alimentos -productos efímeros que perduran por las relaciones sociales que se crean por ellos- en un contexto de camaradería como el que se efectúa en las pulperías, hoteles y taquillas, se caracteriza por la transformación que produce en las identidades sociales de los participantes más que en el proceso metabólico simultáneo relacionado con los artículos alimenticios. Ya Appadurai ha advertido que "el consumo es la etapa durante la cual los bienes se vinculan a referentes personales, cuando dejan de ser "bienes" neutrales (los cuales pueden ser poseídos por quienquiera y identificados con cualquiera), para convertirse en atributos de seres individuales, en insignias de identidades, y en signos de relaciones y obligaciones interpersonales específicas"<sup>19</sup>.

En esos círculos se desarrollan prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia al grupo y no son un fenómeno exclusivamente costarricense, los salones para café en hoteles son muy frecuentes en Europa y en Estados Unidos y allí constituyen un espacio para la congregación de diversos grupos.

Los paraninfos de los hoteles y clubes son también ambientes donde, además de sociabilizar mientras se toma café o bebidas embriagantes, se pueden leer periódicos,

Foto4-3

## HOTELES.

**CLUB NACIONAL.**—Centro de reunión de los asociados, lectura de periódicos villar, chaquete etc.—Habitación y mesa para forasteros.—Propietario T. H. Cauty. (inglés) Calle del Palacio, esquina á la del Cuño.

**HOTEL DE COSTA-RICA.**—Punto de reunión, café, juegos de distracción. Casa mesa y servicio jeneral para los huéspedes Calle de la Cárcel esquina á la del Cárcel. Propietario F. Rohmuser. (Aleman)

**HOTEL DE SAN JOSE.**—Café, licores, cenas, habitación, mesa, asistencia para los inquilinos.—Calle del Hospital al lado de la Plaza.

**HOSPEDERIA,** de doña Narcisca Landumbert. Casa y comida, ó ésta sola á precios moderados, y conforme acostumbra en su establecimiento de Puntarenas.—Calle de la Cárcel número...

Fuente: Crónica de Costa Rica. 15-4-1857, p.4.

aunque existen referencias notificando la ausencia de estos sitios en San José en la década de 1870. En 1874, el Dr. Helmuth Polakowky se lamenta de la carencia de lugares que permitan al lector, revisar los periódicos internacionales y señala:

“...la Casa de París es el único local en todo San José donde por lo menos, podían leerse periódicos franceses y norteamericanos, ha sido cerrada hace medio año, por falta de clientes”<sup>20</sup>

La apreciación del Dr. Polakowsky debe considerarse con cautela pues en los años siguientes, surgen nuevos lugares dispuestos para la lectura de impresos lo que conduce a suponer que hay un grupo de clientes demandando el servicio, por tanto no debe considerarse la falta de consumidores la causa principal del cierre del local. En 1890 el club Internacional tiene, a disposición de sus asociados, buena cantidad de literatura, entre ellos periódicos nacionales y extranjeros que pueden revisarse acompañados de una taza de café. En ese año, según informa John Schroeder, en un folleto que publica con el objetivo de atraer inmigrantes al país, existen en San José por lo menos tres clubs exclusivos para “los señores principales”; el más destacado es El club Internacional, “asociación que comprende la mayor parte de la sociedad costarricense, es el establecimiento recreativo más respetable del país. Ocupa un local espacioso y bien distribuido, tiene muy buenos salones de recibo y de lectura. En él se encuentran periódicos en distintos idiomas y una biblioteca con 5000 volúmenes escogidos entre las mejores obras literarias y científicas, escritas en alemán, inglés, francés, italiano y español.”<sup>21</sup>

Además de tener acceso a literatura diversa en algunos establecimientos y de departir con los asistentes, el consumidor de café se torna exigente con la calidad de la bebida que demanda, especialmente los extranjeros son quisquillosos. Ellos han desarrollado el gusto por el café y saben distinguir uno de calidad y así lo reclaman, lo que a su vez, obliga a los anfitriones a depurar las cualidades de la bebida que ofrecen en sus negocios. Por ejemplo, cuando el inglés Wilhelm Marr transita por Costa Rica en el año de 1852, se hospeda en un hotel en Puntarenas, propiedad de Doña Narcisa Landambert, y comenta con desazón que el café que recibió allí no fue de su agrado, pues a su juicio, tanto “su café [como]... su té tenían a veces un olor de almizcle; pero esto se debía a la caída de cierta clase de insectos en el colador...”<sup>22</sup>

El afán por gratificar al extranjero y la necesidad de imitar los aires de Europa, conducen a

Foto 4-4



Hotel San José, 1871 San José, Av. 1, Calle del Carmen  
Fuente: Colección de Gonzalo Montero

los hoteleros a promocionar en los periódicos de la época, los detalles de su empresa haciendo resaltar características europeizantes, símbolo de la modernización -¿civilización?-, así lo hace Anita Pérez de Rodó en 1890 en *El Heraldo, diario Republicano independiente*. Asegura entonces que en el Hotel Iberia, de su propiedad, “encontrarán nuestros favorecidos un servicio esmerado, habitaciones cómodas con todo el chic europeo. [Además] se sirven banquetes ó

comidas extraordinarias. Cocina española.”<sup>23</sup>

No obstante estas referencias, los albergues son lugares con pocos aires europeos en sus diseños exteriores. En 1871, como muestra la foto 4-4, el Hotel San José, ubicado en la esquina donde colindan la Avenida 1 y la calle del Carmen, es una construcción de dos plantas, con balcones en el segundo piso, con una única puerta de ingreso precisamente colocada en el ángulo de unión de las calles. Ni su estructura, ni su entorno, se asemejan a los edificios que alojan hoteles en las principales capitales de Europa.

Los hoteles, a diferencia de otros lugares de venta de alimentos como las fondas o restaurantes, son espacios apropiados para un público específico, interés que se revela por el decorado del lugar, los precios de los alimentos y por los eventos que allí se programan. En 1902 en el “Hotel Hispano Americano”, propiedad de María E. de Torres, ubicado en la calle 18 norte, frente al Mercado Central de San José, los clientes consiguen, a cualquier hora del día, ingerir un café por 0.20 cts.,

Foto 4-5



Hotel Francés, 1885, Av. 1, Calle del Carmen.  
Fuente: Colección de Gonzalo Montero.

almorzar o cenar por 0.75 cts y hospedarse por un día completo por 2 colones.<sup>24</sup> Si en cambio, los clientes, en ese momento preferían el “Hotel Francés”, propiedad de Nicomedes Serrano, (véase foto 4-5) tomaban una taza de café con un desembolso de 0.25 cts. o consumían las comidas fuertes por un colón<sup>25</sup>.

Foto 4-6



Hotel Français, propiedad Henri Corcelle, 1916.  
Fuente: Libros azul de Costa Rica. San José: Imprenta Alsina, 1916, p. 186.

La diversidad en los precios indican que se está en presencia de un consumo de alimentos diferenciado o quizá ante la existencia de una especulación poco controlada. Es posible que los mayores costos que se exigen en el local del señor Serrano, sea producto de la “atención y cuidado” que ponen en el servicio, que probablemente consiste en la presencia de salones entrenados, utensilios de cristalería, servicios de mesa de cerámica y cubiertos de plata, servilletas y manteles de telas importadas y en el hecho de que la cocina está a

cargo de “un conocido chef” expresamente contratado para ejecutar esa tarea. Semejante placer también obtienen los notables en 1916 en el Hotel Imperial propiedad de Cayetano de Benedictis; el establecimiento cuenta con “...un café, una sala, un comedor y dormitorios.” Se trata del “ hotel más antiguo y famoso de América Central. Plan Europeo o americano”<sup>26</sup>. Igualmente, el Hotel Français, situado frente al parque central, propiedad de Heri Corcelle, ofrece los deleites de Europa (véase foto 4-6). Este comercio, a juzgar por la fotografía, admite ciudadanos de ambos sexos en un ambiente definitivamente aristocrático. Tanto las damas como los caballeros usan fina vestimenta para asistir a la reunión y son servidos con utensilios de delicada cristalería, cubiertos refinados, servilletas de tela con primorosos bordados y teteras de cerámica en las que se guarda el café. Los clientes están cómodamente sentados frente a mesa de largo mantel y son atendidos por esmerados salones. No se diferencia mucho de los goces que se pueden entonces disfrutar en algunas ciudades europeas.

Distinto ocurre en las pulperías. En el espacio que dejan la cantidad de objetos que alberga el lugar, conviviendo con diversos hábitos, los asistentes se detienen por tiempo prologando a departir de pie, pues por lo general no hay sitio donde sentarse ni lugar donde acomodar su bebida. El pulpero es también saloner, sin etiqueta ni aires foráneos. Allí se departe con café o con aguardiente, sin pasteles de pasta de hojaldre pero con tortillas o pan casero que obtiene el dependiente de proveedores cercanos.

**CUADRO 4-2**  
**Distribución de los comercios por provincia y por sexo de propietarios (1915)**

NEGOCIO	PROVINCIA															
	SAN JOSE		ALAJUELA		CARTAGO		HEREDIA		GUANACA		PUNT.		LIMON		TOTAL	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
cafetería	26	5			5								2		31	5
fonda				1								2	18		3	19
hotel	11	3		2	13	2						3	1	6	33	8
pu. Y	56		48	5	15		10		8						137	5
taq.																
pulpería	390	64	197	9	173	11	123	9	64	13	88	9	212	8	1247	123
restaurante	26	8											6	1	32	9
refresq.	95	7	2		28		17				18	3	77	10	237	20
taquilla	146	18	56	11	46	6	59	3	26	4	37	1	80		399	43
vinatería	99	8	26	3	29	2	23	1	16	2	30		60		283	16
<b>TOTAL</b>	<b>849</b>	<b>113</b>	<b>329</b>	<b>31</b>	<b>309</b>	<b>21</b>	<b>232</b>	<b>13</b>	<b>114</b>	<b>19</b>	<b>178</b>	<b>32</b>	<b>443</b>	<b>19</b>	<b>2402</b>	<b>248</b>
<b>TOTAL H y M</b>	<b>962</b>		<b>360</b>		<b>330</b>		<b>245</b>		<b>133</b>		<b>210</b>		<b>462</b>		<b>2650</b>	

Fuente: DGEC. Censo Comercial de 1915.

En la mayoría de los hoteles, fondas y luego cafeterías, el café se coloca en la mesa, al centro, en una especie de "...esencia, una poción espesa y muy fuerte que se [mantiene] ..., siempre en una botella de salsa de Worcestershire, y se mezclaba con agua o leche calientes"<sup>27</sup>.

Los hoteleros, cuyo número aumenta con el paso de los años, comparten el mercado con las casas de huéspedes, sitios que ofrecen alojamiento y alimentación en la morada del dueño. Para 1905 hay siete de estos negocios en el casco urbano josefino. Su ubicación es céntrica, por ejemplo la

señorita Dee tiene su local en la avenida 4 Oeste y calle 2da. Sur en el centro de la capital. Muy cerca Doña Remigia S. de García ofrece el mismo servicio. A unos cuantas cuadras de distancia, se ubican las posadas de Nicolasa de Méndez, Luisa M. de Montealegre, Jacinto Roig, María de Torres, y Miguel Tutau<sup>28</sup>. A principios del siglo XX, la mayoría de las mujeres no tienen una educación formal, por tanto para lograr su sobrevivencia y la de su familia, tienen que realizar labores que no requieren de un entrenamiento previo prolongado y por ello, algunas acuden al alquiler de dormitorios en su propia casa donde además ofrecen alimentos, de manera que no se ven obligadas a salir de su hogar y dejar el cuidado de sus hijos en manos de otras personas pero a su vez, obtienen recursos para satisfacer las necesidades básicas de su prole<sup>29</sup>.

Una década después, la relación se ha invertido. Las casas de huéspedes no son registradas pero los hoteles pertenecen casi en su totalidad a varones. De los 14 que hay en el casco capitalino en 1915, solo 3 son de mujeres, francesas todas ellas. Las fondas, por el contrario, son manejadas por el sector femenino de la población pues entonces hay 21 en el país, 20 de las cuales se ubican en Puntarenas, y 17 de ellas pertenecen a mujeres, tres nicaragüenses y una cubana<sup>30</sup> (véase el Cuadro 4-2).

En 1926, el número de hoteles solo en San José alcanza la cifra de 27 locales<sup>31</sup>, la mayoría con nombres europeos para, denotar con ellos, las cualidades modernas del establecimiento: Hotel Madrid, Niza, Metrópoli, Français, Castilla, España, Valencia, Europa, París, Pensión Italiana, buena parte de ellos, propiedad de costarricenses, y solo 4 de ellos son de mujeres.

Pero a más de los hoteles, también surgen restaurantes, fondas y cafeterías, éstos últimos lugares profusamente conocidos en Europa desde el siglo XVII donde prevalece en el ambiente una atmósfera idílica estrechamente relacionada con la bebida<sup>32</sup>.

### FONDAS Y RESTAURANTES

Las cafeterías, como lugares asociados con momentos de descanso y recuperación, no son un fenómeno europeizante que surge en Costa Rica tempranamente. El preámbulo lo constituyen las llamadas fondas y/o restaurantes, sitios de venta de alimentos donde el café es una bebida frecuente y permanente. Los dueños de las fondas, en el siglo XIX, son en su mayoría mujeres. No obstante, llama la atención que las personas que venden café y comidas al público son registradas en el Censo de Población de 1864 como "cafeteras" y no fondistas y la totalidad de las trabajadoras así designadas

son mujeres. Se trata de una categoría ocupacional referente “a una mujer que vende café en un sitio público, y para el Novísimo Diccionario... es la dueña de una casa de café<sup>33</sup>”, puede también tratarse de propietarias o administradoras de pequeñas empresas que tengan a su vez empleados, pero “por las condiciones sociales de la época es más probable que generalmente fuese un ama de casa, no necesariamente viuda o soltera, que vende café y algún acompañamiento de fabricación casera a trabajadores o transeúntes”.<sup>34</sup> Para 1864 hay 376 “cafeteras”<sup>35</sup>, la mayoría ubicadas en San José, pero también las hay en las provincias de Cartago, Heredia y Alajuela (véase el Cuadro 4-3). ¿Por qué no se les denomina a estos lugares como “cafés” o “cafeterías”? Aunque a las mujeres que atienden esos negocios se les da el nombre de “cafeteras” se trata de sitios polifacéticos; en muchas ocasiones las ventas se efectúan en la casa de la propietaria, en la mesa donde departe la familia y el café no es la bebida principal del establecimiento, aunque se trata de un líquido indispensable.

Es claro entonces que para esa época, la venta de café en los espacios públicos está francamente consolidada y también es evidente que el surgimiento de este tipo de negocios es obra de mujeres. En mucho la explicación estaría cifrada en el hecho de que las oportunidades de preparación de las mujeres en un oficio que les permita realizar actividades remuneradas, eran casi nulas en ese momento y la única forma de sobrevivencia constituía hacer de su hogar y de las labores cotidianas, tareas retribuidas económicamente. Es por ello que las mujeres se desempeñan como lavanderas, almidoneras, ayas, bordadoras, comadronas, costureras, nodrizas, panaderas, etc., actividades que les permite mantenerse en casa y a su vez obtener ingresos para su sustento y el de sus dependientes.

En esos comedores, el café se convierte en uno de los productos principales. Para 1873, las fondas nacionales intentan atraer a sus eventuales demandantes ofreciéndoles café, como parte de los alimentos que proponen. Por ejemplo, el 13 de octubre de ese año, el dueño del negocio llamado “La sucursal de la Esperanza”, indica que

“servirá por la noche del sábado 4 del corriente, en adelante, cenas, café, té y chocolate, lo mismo que se ha servido hasta ahora en el antiguo establecimiento **LA ESPERANZA** no ofrecemos ninguna especialidad; pero si decencia y limpieza en el local, y un servicio tan esmerado y puntal como sea posible en un establecimiento costarricense”

**CUADRO 4-3**  
**Distribución de mujeres que laboran en sitios de venta de café**  
**al público (1864)**

Provincia	Cantón	Número de cafeteras	Hoteleros		Posadoras	Pulperos	
			H	M		H	M
San José	San José	223	4	1	4	2	19
	Desamparados	16					1
	Escazú	7					
Cartago	Ciudad		1		1	2	5
	Campo	43					
Heredia	Heredia	39	2		1		
	Barva	11					1
Alajuela	Alajuela	28	1		2		1
	Grecia	6					
	San Ramón	3	1				
	Atenas		1	1			
	San Mateo		1				
Guanacaste	Liberia				1		1
	Bagaces						
	Santa Cruz						
	Nicoya						
Comarca de Puntarenas	Ciudad		2	1	2	2	13
	Campo		4			4	
		376	17	3	11	10	41

Fuente: DGEC. Censo de Población, 1864.

La ausencia de ostentación parece ser una de las características más comunes de los lugares donde se brindan alimentos pues un año después, en noviembre de 1874, Caraciola Ocaña de González abre un local denominada "Nuevo Restaurante" "en la casa de Don Orantes Quesada, sita en la calle del Cuño, doce varas al Este de la plaza nueva" en la que ofrece "un puntual y esmerado servicio, aunque sin lujo porque se principia con muy pocos recursos". En esta hostería un almuerzo y una cena tienen un costo de 60 centavos cada una, mientras la comida asciende a 75 centavos, entre

tanto “por un café por la mañana ó en la noche, con tosteles ó pan y mantequilla 25 cts”<sup>36</sup>. El café se sirve entre 6 y ocho de la mañana pero igual se ofrece entre las 6 y las ocho de la noche<sup>37</sup>. En octubre de 1888, los interesados conseguían encontrar café desde las cinco de la mañana “así como almuerzo, y cena, á toda hora, con el mayor aseo y equidad posibles”<sup>38</sup> en el “Restaurante de la Plaza de la Estación”, propiedad de M. Zanety.

Entre tanto, en ese mismo año, los amantes del teatro podían visitar “Novedad”, un lugar ubicado “frente al Hotel Italo y en la calle del teatro [donde disfrutaban] los jueves, viernes, sábado y domingo [de] CAFÉ Y TAMALES [pero también] en el mismo establecimientos hay licores del país y se encuentra el expendio de las afamadas candelas de la fábrica de Juan Garita”<sup>39</sup>. El “café” pertenecía a Eulalia de Garita, lo que indica que las fondas seguían siendo entonces actividades femeninas en su mayoría, no obstante, la competencia no tarda en aparecer. En marzo del año siguiente, Francisco C. Blanco informa en el *Diario Costarricense* que ha establecido “en la calle número 3 de la calle del teatro frente al Hotel Italo-americano [evidentemente al lado del negocio de doña Eulalia, un restaurante donde] el café será servido desde las 6 hasta las ocho de la mañana. El almuerzo, desde las 10 hasta las doce. Y la comida, desde las 3 hasta las 6 de la tarde. Los viernes y sábados en la noche, desde las 8 hasta las doce, habrá buenos tamales y su caliente [sic] mondongo”, de manera que las personas que frecuentan el teatro pueden elegir entre los tamales que ofrece doña Eulalia y los que propone don Francisco, ambos acompañados con café.

Por la proliferación de lugares de venta de alimentos y bebidas, es posible suponer que se trata de un buen negocio, quizá con una demanda ascendente. Una de las más prósperas parece ser doña Caraciola Ocaña quien logra establecer una cadena de restaurantes ubicados en San José, pero se desplaza por periodos poco prolongados, a otros centros de población, por ejemplo, en diciembre de 1885, once años después de ocuparse de la diligencia de venta de comidas, ofrece a los posibles clientes que “durante las fiestas cívicas de esta ciudad [Heredia], la que suscribe establece un restaurante en la casa esquina N.O. de la plaza principal donde sus favorecedores serán servidos á la hora que soliciten. [Tiene] camas, café y tosteles en la casa frente a la de don Paulino Ortiz”<sup>40</sup>. Dos años más tarde, también vende sus mercancías en su casa de habitación y en la de don Jacinto Guzmán, cerca del mercado capitalino. En 1889 ya coloca su restaurante “50 varas oeste del mercado, en la calle del comercio [donde tiene para la venta] café, además té y chocolate, pasteles,

tamales de mantequilla &, - exactamente como en tiempo de funciones de Teatro.<sup>41</sup> Ahora está abierto de 6 de la mañana a 10 de la noche.

Con gran propiedad, indica en los anuncios que frecuentemente divulga en los diarios y semanarios que circulan entonces en el país, que sus negocios siempre están dispuestos a favorecer a sus demandantes. Más aun, cuando uno de ellos cierra, el otro permanece abierto, y esta práctica la inicia antes de trasladar su local. A la letra señala en julio de 1887 en el periódico *La República*:

#### “ZARZUELA

Durante la presente temporada teatral, ofrezco á mis favorecedores CAFÉ con pastelitos, en el despacho de siempre frente á la Cubana Costarricense.

Quando por alguna causa no haya función, venderé los mismos artículos en mi casa de habitación del mercado, casa de Don Jacinto Guzmán.

#### CARACIOLA OCAÑA<sup>42</sup>

La señora Ocaña evidentemente ha logrado desarrollar una forma de mercadeo poco frecuente en ese momento en el país. Aprovecha la afluencia de asistentes a la temporada de teatro para vender sus productos y su negocio a todas luces, prospera pues se mantiene en el mercado durante más de cuatro décadas con un elocuente prestigio en el ramo. Disfrutar del teatro y luego visitar el establecimiento de doña Caraciola se convierte en una costumbre, particularmente para los sectores con recursos económicos que eran en su mayoría, los que usaban gozar de la actividad artística. Con su pluma, Magón se refiere a la fonda de doña Caraciola como un sitio prestigioso y alcanzable solo para aquellos que cuentan con el dinero que se requiere para disfrutar de la cocina de la afamada señora. En su cuento “El tren de las dos”, los personajes principales, Talao Chaverri y Esmeregildo Chavarría, campesinos procedentes del Barrio de Piedades (Santa Ana), esperaron a vender su finca para obtener los recursos que les permitirían recrearse en el teatro Variedades y cenar en la fonda de doña Caraciola. Allí, estos campesinos en 1898:

“por una peseta se arrepujaron una buena sopa de fideos de cuerda, un gordo güeso de cabeza de costilla, un chayote, una papa tamaña, un plátano verde, un picadillo de vainicas, arroz criollo, dulce de ayote, un bollo de pan y un jarro de café, todo servido en loza de china con cuchara, cuchillo y tenedor, con poquísimas moscas y hormigas agrias y con agua del tubo en cristales de vidrio agua que apenas probaron, pues obedeciendo las acertadas indicaciones, de Churuco la sustituyeron con espumosa chicha de guayacán y maíz negro que era una delicia; y como exclamó Talao: “poco pero bueno y cueste lo que cueste, que pa eso son los riales”<sup>43</sup>

No todas las fondas y restaurantes se especializan en cocina criolla. Algunos más se preocupan por ampliar su menú con alimentos importados. Para 1903, los restaurantes italianos situados en la ciudad capital combinan el café con una buena diversidad de alimentos y bebidas extranjeras, tal y como se habitúa en esa península europea. T Raffo, dueño de uno de esos locales, anuncia en el periódico *La República*, la existencia en su negocio de: "Sardinas en mantequilla, Salmón, ostiones, langostas, camarones, Atún en aceite, Quesos camembert, Mont-Dorre, Rochefort, y holandés, Sopa de verduras, Filetes de buey con papas, Estofado de vinagre, Vinos Medóc, Montferrand, Barsac, Monte ferrato, Barola, Haté-Sauterne, Pichones, perdices y liebres en civé, Petit graves, en estofado, Vermont, Paté foi gras, Cognac Bisquit, y Frapin.---Whiskey, Chartreuse, Anisado, Schnas, Petit-pois en jamón. Chorizos de Viena con papas fritas, macarrones en salsa de tomate y con champignon". El café y el chocolate son también bebidas promocionadas y servidas durante o al final del almuerzo o de la cena.<sup>44</sup> Uno de los pocos productos que no es importado en este selecto menú es el café, pero quienes lo consumen, en el restaurante de T. Raffo, introducen una costumbre europea, como imitación que a su vez significa, para los privilegiados costarricenses, mostrar un status de superioridad, elegancia, buen gusto, al estilo de la modernidad que se establece en las aristocráticas naciones del lejano continente, distinto a los que lo hacen en la fonda de Francisco Blanco o de Eulalia de Garita.

Los restaurantes amplían y diversifican los servicios. En 1907, el dueño del restaurante "Monlouis" no solo "...admite pensionistas [sino que también] atiende órdenes á domicilio, sirve banquetes, pic-nics, cafés" y destaca que tiene un servicio a la carta, en horarios diurnos y nocturnos y su clientela debe está advertida que este servicio está "reservado para familias".<sup>45</sup> En otros términos, los fondistas y dueños de restaurantes expanden su gama de ofertas y cada vez, con más frecuencia, apelan a un público específico, de acuerdo con los servicios que proponen, de esta manera, las relaciones de sociabilidad que allí se pueden establecer son más homogéneas y por ello contribuyentes en la construcción del sentido de pertenencia compartido de la comunidad.

## LOS CAFÉS

La primera mención sobre la existencia de establecimientos denominados "cafés" se hace en 1852. Entonces, el viajero irlandés Thomas Francis Meagle advierte en sus apuntes sobre su estadía

en Costa Rica que durante la Semana Santa, cuando él visita San José, “las tiendas, los billares, los cafés, las oficinas públicas, todo estaba cerrado”,<sup>46</sup> lo que podría hacer suponer que para entonces existen comercios llamados así, por lo menos en el casco capitalino, pero, no es posible asegurar que existan los “cafés” pues quizá el irlandés llame de esa manera a las fondas, restaurantes o sitios de venta de alimentos, siguiendo la costumbre europea de nombrar de esa manera a este tipo de negocios. En los últimos dos años de 1860, el alemán Carl Schwalbe, al describir la ciudad de San José, indica la existencia de “buenas fondas, cafeterías y el club extranjero [que] ofrecen al foráneo buen alojamiento y diversión”. Incluso en 1875, siete años después de la visita de Schwalbe, el alemán Polakowski, advierte que los jóvenes josefinos de entonces, particularmente los capitalinos, cada noche asisten “al Café de Chávez, bellamente arreglado donde, sin consumir lo más mínimo, sin decirse una palabra, miran los juegos de billar o de dominó de sus conocidos...El propietario del local podría morir de hambre si a la vez no lo visitaran numerosos extranjeros.”<sup>47</sup> Quizá son fondas que los europeos confunden con cafeterías o se trata de sitios donde el café es la bebida principal pero lo cierto es que, los negocios que se identifican así mismos como cafeterías se encuentran ya en la década de 1890 y lo evidencia el aviso comercial que publica *El Herald, Diario Republicano Independiente* en 1891, en el cual la sociedad de beneficencia española llama a la reunión anual a celebrarse en “el local conocido con el nombre de “Gran Café” del señor Benedictis situado en la esquina opuesta al “Gran Hotel”.<sup>48</sup> Se trata de un lugar que acoge principalmente a extranjeros, también acostumbrados al café como bebida, o a sectores de la “aristocracia criolla”.

La proliferación de los establecimientos denominados “cafés” parece ser un fenómeno del siglo XX, pues ya en las últimas dos décadas de la centuria anterior nacen algunos locales llamados “cafeterías” y cuyo principal servicio lo constituye la venta de café aunque no exclusivamente. En 1890 hay dos “cafés” en San José, el de G. Benedictis, ya referido, ubicado en la avenida central oeste y el “Café de doña Urbana” situado en la octava avenida oeste<sup>49</sup>. Al primero asisten los hombres y mujeres pertenecientes a los sectores acomodados, además de extranjeros, viajeros y diplomáticos; en cambio, el negocio de Doña Luisa Urbana de Arguedas, es frecuentado por los sectores populares de la población josefina. Es un local que no cierra ni de día ni de noche<sup>50</sup> y a donde, según Macabeo Vargas, acostumbran asistir “los soldados azules por la mezclilla de sus uniformes que iban por las botellas de café de sus “fefes” [sic: jefes] y de los cornetillas que antes del toque de alborada querían

tener caliente el estómago, y de los trasnochados que nunca faltan...”<sup>51</sup> Se trata de una casa de adobe, cubierta con tejas de barro y con una sola entrada, sin rótulo. Su interior es diferente a lo acostumbrado en los cafés de Europa, “en el mostrador tapado con zinc habían pilas de platos, tazas de porcelana de granito, azafates con rosquillas, empanadillas de queso, tamal asado, pan dulce de doña Mariquita Borbón, pan chumeca, tamales de elotes y de maíz, y creo que hasta rosquetes...Humeaban las cafeteras, nube blanca salía de los calderos, ruido de platos que chocan, voces de mandaderos...”<sup>52</sup>El negocio es atendido por su dueña, doña Luisa Urbana, “señora de nuestra elevada sociedad pues su abolengo era distinguido, con su delantal blanco amarrado con dos hiladillos y gran bolsa para recibir los pesos”.<sup>53</sup>

Por las referencias de Vargas, un cronista que escribe sobre los primeros años del siglo XX, los niños tienen vedado frecuentar este lugar. Una madrugada, al ser las cuatro y treinta de la mañana, contando él con menos de diez años de edad, a espaldas de su familia, visita el citado “café” y estando allí, prefiere no entrar en conversación con los concurrentes “por temor que contaran a mi papá que yo andaba donde doña Urbanita”. Es posible que se trate de un espacio exclusivamente masculino y preferido por los sectores populares que no compite con el café que tiene doña Caraciola Ocaña localizado cerca del Teatro Variedades “pues [el café de Ocaña] tenía horario nocturno y no madrugero”.

Los precios de los alimentos en el negocio de doña Urbana eran accesibles a los sectores populares: por diez céntimos, se toma “el café legítimo de Tres Ríos, un bollo de pan apenas se lo podía tragar un cristiano de puro grande, y una bolleta de pan con huevo valía la peseta [0,25 céntimos]”<sup>54</sup>, de manera que los militares, los levas “cuando les amanecía en la calle por uno de los bailes del Palacio Nacional” y los trabajadores que inician su labor en las primeras horas de la mañana, tienen un sitio de reunión donde además obtienen un opulento desayuno. El ambiente “varonil”, facilita las conversaciones sobre amores deshonestos, conquistas masculinas e igualmente, favorece inducir a los novatos en las artes eróticas. Es al café de doña Urbana donde Nieves, el campesino que llega a San José como recluta del cuartel militar, en la novela “Hijas del campo” del escritor costarricense Joaquín García Monge, recibe las primeras instrucciones de parte de sus compañeros “policías”, experimentados en estos oficios, que a la postre lo conducen al desenfreno sexual en los burdeles capitalinos<sup>55</sup>.

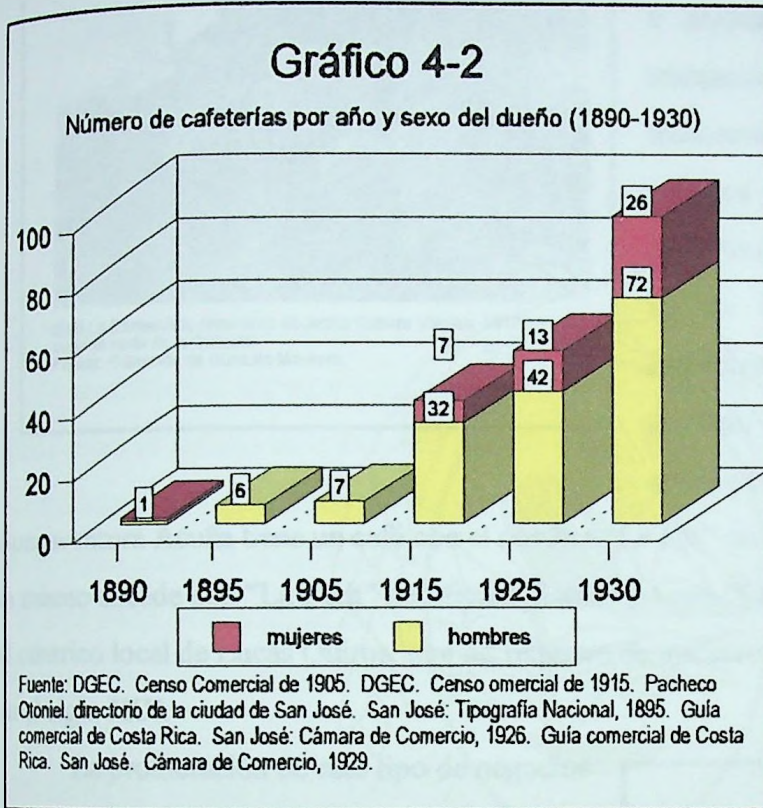
Para 1895 hay en la ciudad capital seis "cafés" (véase el Gráfico 2-4) dirigidos a un público diverso. Doña Urbana sigue siendo la preferida de los soldados, trasnochadores y madrugadores, pero a 100 metros de distancia, Juan Torres inicia un negocio similar que comparte y/o compite con el viejo establecimiento. Muy cerca de ambos, Hermeregildo Pradella, vende café y pasteles a los clientes que buscan un servicio sin etiquetas formales. A diferencia de estos tres negociantes, el francés Alberto Mangel inaugura un local que llama "Café Mangel" y lo abre en la avenida central Este, en el espacio que ocupó el conocido almacén de los señores Troyo. Mangel es también dueño del "Restaurante de París"<sup>56</sup> y un hombre de experiencia en el campo de la venta de alimentos. Él, junto con su hermano Teodoro Enrique, forman una sociedad denominada "Mangel hermanos" que para 1893 ya realiza transacciones comerciales pero que se constituye formalmente en 1889 con el objetivo de introducirse en el "negocio de pastelería, confitería, repostería y negocios anexos por cuenta propia y a comisión".<sup>57</sup>

El "Café Mangel", se propone capturar el tipo de clientela que asiste al "Gran Café" de G. Benedictis. Distinto a lo que ocurre en el café de doña Urbana, de Rafael Luna o de Juan Torres, Mangel ofrece "Lunch á todas horas. Salón de helados para señoras. Tostales finos de todas clases. Chocolate exquisito. Gran surtido de refrescos, vinos y licores",<sup>58</sup> además de brindar "sus servicios para todo lo relativo á Banquetes, Bailes, Almuerzos, Comidas y Cenas especiales á domicilio."<sup>59</sup> Es sin duda, un lugar con distintos ambientes y dispuesto para atender a un público selecto. Los hermanos Mangel y Benedictis no parecen tener competencia por lo menos hasta entrado el siglo XX, pero nacen nuevas cafeterías, lugares destinados a los sectores populares. En 1905, hay en San José siete negocios de este tipo. El más famoso sigue siendo el café de doña Urbana pero ahora atendido por su hijo, Abel Arguedas<sup>60</sup>, de escasos 22 años de edad. Su madre había realizado un buen trabajo, se posicionó en el mercado lo que permitió que aun luego de que ella ya no podía atender el negocio personalmente, su vástago mantuviera la clientela y el prestigio del lugar. No obstante el local administrado por Abel no sobrevive una década y para 1915 ya había desaparecido.

La vida efímera de este tipo de negocios parece ser una constante por lo menos para los que surgen antes de iniciarse la década de 1910 y muy pocos son seguidos por los herederos de sus dueños al fallecer estos. Algunos sin embargo, nacen para mantenerse por varios decenios. En 1912 Jaime Esquivel Sáenz, abre el café "La Eureka", ubicado en la Avenida Central de San José y se

convierte en punto de reunión para un público heterogéneo hasta avanzada la década de 1990. Al ser un local que no cierra “ni de día ni de noche”, permite que lleguen a él “los trasnochadores así como los madrugones”, por esta razón y debido a “su buen café y servicio, siempre está lleno de clientes”<sup>61</sup>.

El buen servicio se le atribuye al hecho de que “...su dueño formó una compañía con los empleados haciéndolos socios colaborando todos como dueños...”<sup>62</sup>. Frente a esta fonda pasaba el tranvía, razón por la cual se convierte en “...un lugar de parada y en un lugar de desfile de transeúntes”<sup>63</sup>. Aunque no es posible por falta de evidencia determinar la actividad que se realiza al interior de esta cafetería, antes de 1972, es dable señalar que en ese momento, “...se citan [en el lugar] hombres de



negocios, extranjeros, mercaderes, dependientes de comercio, señoras y señoritas de todas las clases sociales, se hablan varios idiomas y se compran y venden monedas extranjeras y propiedades”<sup>64</sup>.

También en el año de 1912, se funda el café “Chelles”, propiedad de José Joaquín Chase, el cual se ubica en la Avenida Central, precisamente en “...el entronque del tranvía hacia el Liceo de Costa Rica”, lo que favorece la presencia de colegiales en ese sitio. A diferencia de “La Eureka”, es un “...lugar de tomar café “al paso” sin entretenerse en conversaciones...”<sup>65</sup>. En 1913, al costado norte de la Catedral, se ubica “La Esmeralda” (véase foto 4-7), un negocio que pertenece a Jesús Cubero Vargas en ese año y que pasa a manos de Emilio Araujo siete años después. Es un sitio que goza de gran popularidad “...tanto por su estratégica situación y atención al público [como por sus] ...excelentes clases de café. Tiene un ambiente de descanso y los clientes permanecen sus ratos

Foto 4-7



Café La Esmeralda, propiedad de Jesús Cubero Vargas, 1913, costado norte de la Catedral.  
Fuente: Colección de Gonzalo Montero.

contemplando la gente del parque y gozando del panorama.”<sup>66</sup> En este lugar, por lo menos en la década de 1970, se realizan ventas de objetos indígenas -oro, jade, objetos de barro- e intercambios de monedas, entre otras transacciones. Por las noches “...es muy frecuentado por orquestas o cuartetos de músicos y cantantes, que ofrecen sus servicios para dar serenatas y alegrar fiestas familiares.” Es un lugar de reunión de un público sumamente heterogéneo donde se habla de política, de finanzas y se departe en un ambiente agradable.<sup>67</sup> Paralelamente,

Buenaventura Acuña tiene un café con el nombre “La Paz” en 1915 y todavía en 1929 se mantiene, lo mismo sucede con “La Petit” de Miguel Guevara o con “La Hormiga” de Alfredo Mesén o con el céntrico local de Lucas Quiros, que no requiere de apelativo que lo identifique, como es común en el siglo XIX.

La proliferación de este tipo de negocios se desarrolla con amplitud y en 1915 hay 31 cafeterías en el casco capitalino<sup>68</sup> y 38 en todo el país<sup>69</sup>. La población total de Costa Rica entonces es de 430 701 habitantes<sup>70</sup> lo que significa que existe una cafetería para atender a 11.334 almas. Pero si la misma relación se establece para la capital, hay una cafetería para cada 1 290 ciudadanos, por tanto, el consumo público del café está claramente asociado con el crecimiento urbano de San José. De las 55 cafeterías que hay

Foto 4-8



Cafetería La Nacional, 1917.  
Fuente: Colección de Gonzalo Montero.

en el país en 1925, 38 se mantienen funcionando un quinquenio después pero se suman 60 nuevos

locales, de manera que en 1930 hay 98 cafeterías.

Llama la atención el hecho de que, en la década de 1920, los negocios no se identifican así mismos como “cafeterías” en su mayoría utilizan nombres diversos. Algunos denotan descanso y esparcimiento: “La Cabaña”, “La Paz”, “La Viña”, “La Equidad”, “La Gloria”, “La Buena Sombra”, “El bosque”, “El Prado”. Buena parte prefieren hacer referencia a lugares de Europa y entonces se denominan de “Roma”, “Europa”, “La Española”, “La Flor de Italia”, “La Gitana”, “Balcón de Europa”. Los menos, procuran hacer saber a su clientela que su comercio es principalmente para la venta de café: en 1929 la señora Ester de Armas llama a su local “Café Modelo”, Manuel Camacho le da al suyo el nombre de “Café Social”, Alfredo Chavarría lo denomina “Café Moderno” mientras Felipe Montoya prefiere mantener su apellido en su “Café Montoya”.<sup>71</sup>

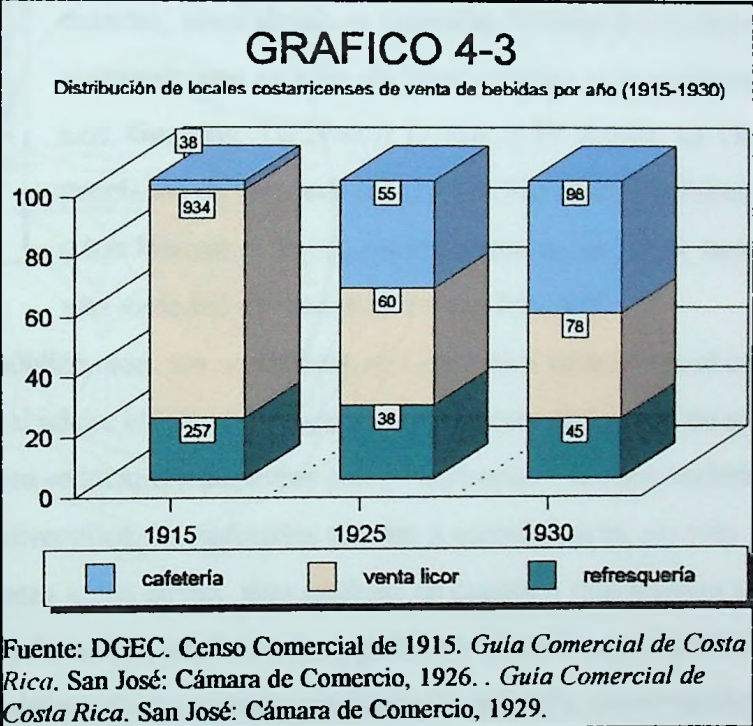
Las cafeterías, a juzgar por “La Nacional”, propiedad de Antonio Rescia, que también es pulpería como se aprecia en la foto 4-8, son espacios que, teniendo funciones de casa de habitación, se acondicionan para vender alimentos, tanto para llevar como para consumir en el establecimiento. Con una única puerta de ingreso, es un sitio recurrido por clientes de todas las edades, precisamente por la diversidad de funciones que cumple, y que, como ocurre con otros locales de venta de café, no muestra emulación alguna a la modernidad europea.

## CAFETERÍAS Y REFRESQUERÍAS

Los “cafés”, como su nombre lo indica, emulan la antigua costumbre europea de darle este apelativo a lugares específicamente dispuestos para servir café. También ofrecen té, chocolate y refrescos, inclinación que subraya el carácter no alcohólico del establecimiento, afirmación que se constata en el hecho de que la mayoría de los dueños de cafeterías son también propietarios de “refresquerías”, en ocasiones ubicadas en el mismo local. En 1915, por ejemplo 27 de las 38 cafeterías (71%) son refresquerías, una dualidad que no es extraña como se ha mencionado, pues muchas de las pulperías también son a su vez cafeterías, refresquerías y taquillas.

En ese año, Ismael Herrera Troyo, Francisco Lazalvia, Arturo Zúñiga y Alfredo Mesén, son propietarios de establecimientos que funcionan, en el mismo lugar, como pulperías, cafeterías y refresquerías. Los más prósperos, como Mesén, tienen a su haber dos cafeterías ubicadas en sitios distintos. Esta multiplicidad de funciones en un mismo local indica además que las relaciones de sociabilidad que allí se establecen son también heterogéneas, algunos se acercan para disfrutar de un café, lo que implica permanecer un tiempo determinado y departir con los clientes, otros lo hacen para adquirir diversos objetos de la pulpería y por tanto realizan una visita efímera. Una década después, en 1925 la situación ha variado. Los dueños de cafeterías y los de refresquerías no son los mismos (12 de 55). La competencia es ahora mayor y mantener el local en condiciones apropiadas requiere de más dedicación.

Adicionalmente, para 1925 las cafeterías empiezan a igualar en número a los locales que venden bebidas alcohólicas e incluso a las llamadas refresquerías (véase el Gráfico 4-3). Las cantinas y las taquillas, siguen existiendo en todos los pueblos del país, de hecho, a diferencia de 1915, las así llamadas "cantinas" que identifican a los locales que tienen como prioridad la venta de licor, sustituyen a las denominadas "taquillas". Sin



embargo, muchas de las pulperías e incluso las fondas, son lugares donde se expende alcohol, por tanto no es posible afirmar que se reduce la venta de esa bebida a favor del café. Lo que sí es evidente es que el número de cafeterías empieza a superar al de taquillas y cantinas y en 1930 ya las ha superado en mucho.

En el cantón central de San José hay en 1925, 55 negocios que se designan como cafeterías<sup>72</sup>, con una población cercana a 62.000 habitantes, según el censo de 1927, podría significar que hay una

cafetería por cada 1.127 personas. Si se compara con el número de “coffeehouses” que existían en Londres alrededor de 1700 -una por cada 200 personas<sup>73</sup>- la proporción es mucho menor en Costa Rica en el primer cuarto del siglo XX. La cantidad de taquillas, cantinas y vinaterías en San José es en ese momento de 60 locales lo que indica que hay un promedio de más de 1.000 personas por

local. Es necesario sopesar esta relación y reiterar que las pulperías e incluso las denominadas cafeterías también despachan licores por lo que no podría tomarse como una prueba decisiva de la actividad social sobria que podría efectuarse en las cafeterías. En efecto, lo que resulta indiscutible es que algunas de las cafeterías son también cantinas, sitios donde se expenden bebidas alcohólicas y abarrotes, una especie de tienda similar a las pulperías. Los Gnomos, La Nueva Geisha y El Águila de Oro, propiedad de Fermín Bernadas, de Victoriano Hernández y los Hermanos Pujol, respectivamente, en 1926, tienen esta variedad de funciones (véase foto 4-9).



Las cafeterías como espacio público, son tan novedosas en Costa Rica como lo es el café como bebida en el siglo XIX, pero ya al iniciar el XX, tales locales se convierten en lugares no solo comunes sino también diversos, aunque se identificaran todos como “cafeterías”. En una sociedad urbana que crece, se complejiza, se diversifica, las cafeterías tienden a especializarse, no solo en términos del origen social de los clientes a que sirven, sino también en cuanto a que algunas son preferidas por grupos específicos de intelectuales, profesionales y políticos. Llamados por la bebida, los cafés, rápidamente llegan a ser sinónimo de descansada camaradería, animada conversación y sabrosa comida.

### CAFETERÍAS Y SALUBRIDAD PÚBLICA

En el marco de las reformas en las políticas de salubridad pública, entre las que se tratan las citadas leyes de profilaxis venérea y El Reglamento de Prostitución, ambos emitidos en 1894,<sup>74</sup> las autoridades se preocupan particularmente por los establecimientos comerciales que brindan el servicio de venta de comidas. Su interés es asegurar que se trata de sitios que reúnen condiciones mínimas

de limpieza para evitar la propagación de enfermedades que entonces azotan a la población.

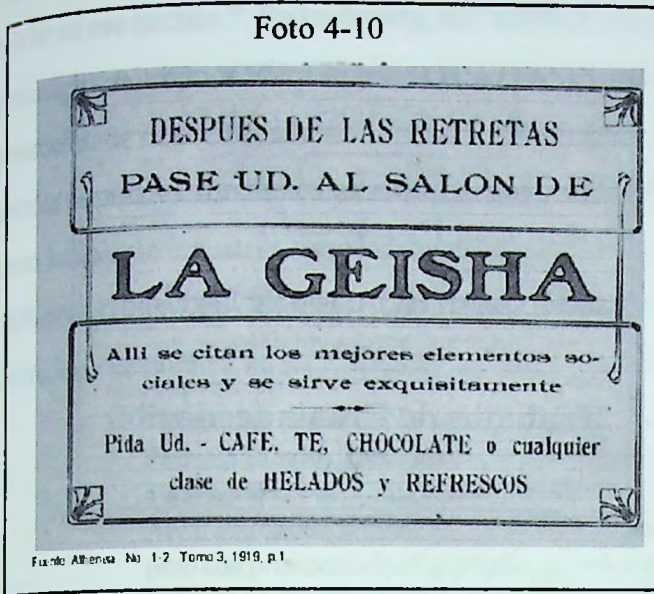
En 1923, se dicta la Ley de Protección a la Salud Pública, y el 11 de marzo de 1937, se publica el “Reglamento de hoteles, cafés, restaurantes, casas huéspedes y otros”, en el cual el gobierno central manifiesta su preocupación por las condiciones sanitarias de los denominados “cafés” o sitios de expendio de la bebida, igual que de los hoteles, restaurantes y casas de huéspedes. El Reglamento exige la limpieza del lugar lo mismo que la dotación de agua potable y la cautela en la localización de los servicios sanitarios. Señala formalmente la obligación de que “los alimentos que se sirvan en todo hotel, café, restaurante, repostería, confitería y salón de bebidas, estarán en buen estado y serán de buena calidad”<sup>75</sup> de la misma manera, tienen que estar protegidos contra las moscas, preparados con materias primas y condimentos en buen estado y conservarse al abrigo de toda contaminación. “Los locales y muebles se mantendrán en la más estricta limpieza y los utensilios empleados en preparar, cocer o servir alimentos deben mantenerse enteramente limpios y se esterilizarán en agua hirviendo a vapor, cada vez que hayan de ser usados.”<sup>76</sup> Igualmente, las personas destinadas para servir los alimentos y bebidas no solo deben “tener su cuerpo y ropas completamente limpios y estar provista de un delantal blanco...sino también no tener enfermedad infecciosa o contagiosa”.<sup>77</sup>

En esta disposición son tajantes las autoridades sanitarias en advertir la obligatoriedad del uso de azucareras “en las cuales no sea posible introducir una cuchara para servirse”, de manera tal que los usuarios de cafeterías tienen, si la ley se aplica, la posibilidad de disfrutar de un servicio más seguro para su salud mientras expanden su espíritu a través de relaciones de sociabilidad que construyen y reconstruyen el sentido de pertenencia compartido de los costarricenses.

## CAPTURA DE CLIENTES

Hacia 1919, los cafeterías han desarrollado un sistema de promoción más sofisticado que en los años anteriores, ahora aprovechan todos los medios de comunicación social impresos que circulan en el país, uno de ellos es el folleto “Atheneo” producido por la sociedad Atheneo de Costa Rica donde se discuten y analizan asuntos jurídicos y políticos. En esta publicación, se imprime el anuncio de la cafetería denominada “La Geisha”, con un formato publicitario distinto a los editados hasta entonces en los publicaciones costarricenses (véase Foto 4-10): tiene un delicado bordado alrededor

Foto 4-10



y se destaca al centro, con una tipografía superior, el nombre del local, se especifica además el servicio que ofrece. El café no es la única bebida con la que favorecen a sus clientes, la combinan con chocolate y té, lo mismo que con helados y refrescos, de manera que el café comparte el espacio, no es la bebida única, lo cual contribuye a suponer que el café, por lo menos para este momento, no ha logrado sustituir las bebidas tradicionales y continúan conviviendo sin conflicto. También los anunciantes hábilmente destacan en sus

llamados que la animación nocturna, que se inicia con las retretas, termina en su establecimiento; acto seguido, la actividad en las cafeterías se torna interesante.

Foto 4-11



Si se juzga “La Geisha” por el impreso donde se publica el anuncio y por la fachada, como se observa en la foto 4-11 y se considera su ubicación, exactamente en el corazón de la ciudad capital, en el entronque entre la avenida central y la calle central es posible que esta cafetería sea un lugar frecuentado por intelectuales, profesionales liberales, artistas u hombres de negocios, no por campesinos u obreros. En Europa también existen este tipo de locales, allí las casas de café (Coffee houses) atraen a

hombres de letras, intelectuales, poetas, hombres de negocios, pero no a los grandes aristócratas ni

a los obreros pobres, aunque inicialmente, sí participaron los desocupados que tenían asuntos que discutir en ese círculo<sup>78</sup>. En Inglaterra, las “coffee houses” son instituciones sociales bien establecidas al principio del siglo XVII y se trata de lugares donde se combina el placer de la recreación con la transacción de negocios, situación similar parece darse en Costa Rica. A principios del siglo XX, los sectores populares, fundamentalmente los grupos laborales del San José que experimenta el desarrollo de una incipiente industria, usan las taquillas, tabernas y billares para disfrutar sus ratos de ocio y para la difusión y discusión de ideas. El historiador Mario Oliva reproduce una discusión ocurrida en una taberna que se publica en *El Noticiero* en 1907, y señala:

“Discutían antier noche en una taberna de la avenida doce, ésta propiedad de Patricio Barrios, tres amigos obreros tremebundos socialistas que respondían a los nombres de Leopoldo Alvarado, Nacasio Jarquín y Belisario Ureña. Alvarado es de los moderados, Jarquín de los exaltados y Ureña término medio pero con pronunciadas tendencias anarquistas... se discutía sobre la repartición de la tierra, las diferencias de opinión produjo un bochinche y fueron detenidos por la policía”<sup>79</sup>

No hay evidencia de este tipo de discusiones en las cafeterías, pero en algunas quizá, la política nacional podría haber sido uno de los temas principales de conversación. En 1925, aparece registrada en los recuentos de la Cámara de Comercio la cafetería llamada “El Pato Cojo”, un lugar ubicado en el centro de San José, concretamente en la Avenida 12 este, Calle 5° sur, propiedad del entonces Presidente de la República, Ricardo Jiménez Oreamuno. Ese es un año particularmente polémico para don Ricardo pues se enfrenta de manera decidida a las propuestas del Partido Reformista jefeadas por el General Jorge Volio y a las disputas sobre la reforma electoral que cada vez con mayor fuerza, cubren el panorama político nacional<sup>80</sup>. A su vez, “hay ataques reformistas contra el gobierno de don Ricardo, que van subiendo de tono poco a poco”<sup>81</sup>. Lo que llama la atención es que, a pesar de las dificultades que implica ocupar la Primera Magistratura, el Lic. Jiménez mantiene su negocio hasta 1930, dos años después de dejar el mandato, quizá porque su negocio se convierte en un sitio de discusión y de análisis de las ideas políticas, complementario a las constantes declaraciones que publica en los tabloides que circulan en la capital josefina.

Entre tanto, en la década de 1920, hay en San José una cafetería llamada “La Floralia”, ubicada “esquina diagonal al Teatro América [donde se reunían muchos contertulianos, por ejemplo, periodistas como] Miguel Ángel Obregón, Enrique Hine, el recordado Mano Lito, redactaban allí sus

semanarios humorísticos: La Semana y El Cometa, este último en una de sus varias etapas”<sup>82</sup>. En sus memorias, el periodista Joaquín Vargas Coto detalla la actividad que allí se llevaba a cabo e incluso recuerda a los asistentes que con frecuencia arriban a la cafetería y a la letra dice:

“Los asiduos eran Obregón, Hine, Gonzalo Chacón Trejos, Abelardo Bonilla, modesto Huete, Panino Paniagua, el matemático Mario Fernández, los pintores Morales y Pacheco, el prensista “Pateplomo” y otros más. Como en la mesa de estos se jugaba ajedrez y se formaban discusiones y caramillos, se contaban chistes y se zahería a todo el San José conocido, en las mesas vecinas se instalaban personas de todas clases y edades, oficinistas, obreros, vagabundos y de vez en cuando mujeres, solas y acompañadas, no faltando en ocasiones en el coro de las risas, el cascabeleo alegre de algunas mozas de esas que suelen ser la preocupación de las novias y el desvelo de las casadas.”<sup>83</sup>

En Europa, es común que las cafeterías sean los centros de reunión de escritores, lugares donde se discuten y se elaboran libelos y periódicos y esto ocurre en el lejano continente desde el siglo XVII. En Costa Rica la costumbre se inaugura en el siglo XIX y es ya evidente y sistemática en el siglo XX. El señor Vargas rememora que en “La Floralía” “se vio honrada, allá de noche en noche, con la presencia de casi todos los periodistas y escritores de esta capital que por aquellos días más se nombraban y los aficionados y principiantes que hacían sus primeros artículos o publicaban sus primeras estrofas. Muchos de ellos, o todos, eran caña dulce y tierna que molían los trapiches de Obregón y Mano Lito”<sup>84</sup>.

El sitio es realmente florido, los actores del Teatro América acostumbran, después de la función, concentrarse allí para compartir con quienes frecuentan el local. Participan en los cuentos y en las anécdotas que en ese lugar se convierten en rutina. Cada noche, al caer la tarde, la reunión principia con la presencia de periodistas, literatos, experimentados o novatos, cómicos, pintores, y otros y como en Europa, se discute y se analiza el mundo, y de la información ahí obtenida, en mucho se nutren los medios impresos de la época.

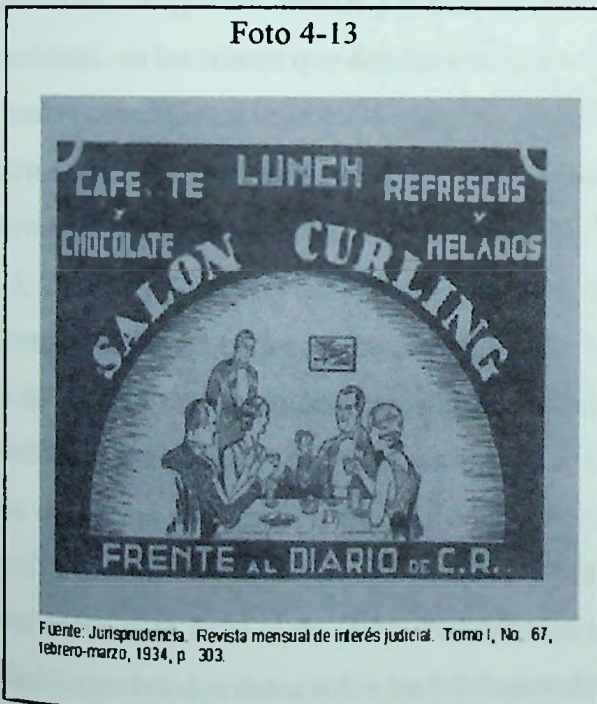
Por las referencias, “La Floralía” no es en extremo selectiva en cuanto a los comensales, pero existen otras, a mediados de la década de 1920, donde si se aglutina un público selecto, por lo menos así lo hace saber con claridad Arturo Barrantes, dueño del Petit Trianon. Según señala su dueño en los anuncios que publica, convergen a su hostería los diplomáticos y artistas de la capital a tomar café y a departir momentos de esparcimiento (véase Foto 4-12). El aviso comercial evidencia que su

concurrancia meta son los hombres que realizan este tipo de actividades, un sector poblacional pequeño que conduce a convertir el lugar en un sitio exclusivo.

En 1934, las cafeterías han sofisticado su mercadeo y se utiliza la imagen de la taza de café vinculada a la reunión de amigos en ratos de esparcimiento. El “Salón Curling”, emplea esa figura retórica (véase foto 4-13), que se observa con frecuencia en los periódicos europeos y estadounidenses en ese momento. Lo que resulta evidente es que las cafeterías son un fenómeno eminentemente urbano, incluso se circunscriben por lo menos hasta la década de 1920, al espacio de las capitales de las provincias de San José, Limón y Cartago. No hay reportes de este tipo de negocios en otras regiones del país.

Es posible hipotetizar que algunos de esos despachos, como el Salón Curling, son lugares donde las elites, económicas, políticas, intelectuales, se juntan, al estilo europeo, pero

Foto 4-13



Fuente: Jurisprudencia. Revista mensual de interés judicial. Tomo I, No. 67, febrero-marzo, 1934, p. 303.

Foto 4-12



Fuente: De Hoyo, Luis. Costa Rica de la Mano. San José, spi, 1926, p. 87.

paralelamente, hay cafeterías que congregan a hombres y mujeres de diversas procedencias profesionales y con oficios e intereses múltiples. El Licenciado Gilberto De la Cruz, un farmacéutico octogenario, recuerda con claridad que al finalizar el decenio de los años de 1930, concurrían casi a diario al “Café Florida”, él, primero como estudiante y ya en la década del 40 como profesional en farmacia, Eunice Odio, mujer de vasta cultura y excelente literata, el autodidacta y amante de los griegos, Paco Failen, el pianista Antonio Argüello, Carlos Hernández, un trabajador del Banco, y

otros, a discutir sobre política, sobre filosofía, “se hablaba mucho de los griegos y sobre La República, de Platón, se oía radio, la música acompañaba las conversaciones”. Las horas pasaban con rapidez y participaban hombres y mujeres de todas las edades. En ocasiones, las tertulias se convertían en discusiones acaloradas y algunas terminaban en serios enojos. “Ahí se aprendía, se disfrutaba, se informaba y se pasaban muy buenos ratos”<sup>85</sup>.

Entre tanto, los sectores populares, especialmente los obreros reducen sus sitios de encuentro al taller, a los clubes y a las escuelas nocturnas<sup>86</sup>, donde pudo haberse ingerido café, pero no hay reportes que así lo indiquen. Lo que sí es apodíctico es que ya para 1930 el café es una bebida indispensable para este grupo poblacional tanto al desayuno como a media tarde. Las esposas acostumbran visitar el taller pasadas las tres de la tarde con el objetivo de llevar a sus maridos el café que acompañan con pan o tortilla<sup>87</sup>.

### LOS DUEÑOS DE CAFETERÍAS

La ausencia de registros sistemáticos impide identificar a los dueños de las “cafeterías” durante todo el periodo de estudio (1840-1940). Incluso, para conocer la existencia de los establecimientos es preciso recurrir a fuentes diversas: anuncios en los medios impresos, directorios comerciales, fotografías, censos y guías comerciales -cuando los hay- referencias -por lo general esporádicas- en los relatos que dejaron escritos costarricenses y extranjeros. Aun con estos datos no es posible concretar un inventario completo, año a año, que permita hacer comparaciones entre los diversos momentos históricos ni determinar con certeza el ciclo de vida de estos locales, menos aun, conocer a los dueños e indagar sus actividades o los pormenores del negocio. No obstante, para 1915, 1925 y 1930, hay recuentos detallados llevados a cabo por la Dirección General de Estadística y Censos y por la Cámara de Comercio de Costa Rica, respectivamente donde se expone no solo el tipo de negocio sino también el nombre completo del dueño. En el Censo Comercial de 1915, se especifica la nacionalidad del propietario e igual que en el registro de la Cámara de Comercio, se ubica el negocio por distrito, en cada una de las siete provincias del país. Este último organismo incluso provee la dirección exacta del establecimiento aunque no da detalles sobre la nacionalidad del dueño como si lo hace el de 1915. Paralelamente, se efectúan en 1904 y en 1927 dos censos de población que brindan datos sobre los habitantes de la mayoría de los cantones del país: edad, estado civil, escolaridad, actividad u oficio, religión, nacionalidad, y otros. Con todos estos registros, se

lograron identificar el 55.26% de los propietarios de las cafeterías de 1915 y solo el 23.64% de los dueños de 1925 y el 30.61% de 1930.

Durante esos 15 años, la mayoría de los dueños de cafeterías son varones que se dedican al comercio al detalle desde jóvenes (véase el Gráfico 4-4). Por lo menos quienes tienen una cafetería en 1915, antes se ganaron la vida de las más diversas maneras. Las mujeres en su totalidad se declaran como trabajadoras domésticas, solo una de ellas es también partera además de comerciante, aunque tengan la responsabilidad de administrar los locales comerciales que tienen a su cargo. Los hombres, en cambio, pasan de ser albañiles, panaderos, tenedores de libros, dependientes, a convertirse en propietarios de un establecimiento comercial llamado cafetería. En 1927, las actividades de algunos de los que son dueños de cafeterías en 1915, también cambian. Se convierten en operarios de máquinas industriales, agentes de seguros, zapateros o administradores. Ramón Arce Vindas, antes propietario de una cafetería, es ahora empleado de una cantina y Leandro Delgado Cintron, lo es de una panadería. Balvina Chacón de Aymerich, en 1927, a los 60 años de edad declara como ocupación ser ama de casa mientras Miguel Guevara es dueño de un taller de zapatería. Son pocos los que se mantienen en el negocio en 1925, solo lo hacen Buenaventura Acuña, Arturo Barrantes, Fermín Bernadas -con la cafetería y cantina "Los Gnomo"-, Jaime Esquivel, Miguel Guevara, Ruperto Mesén y Lucas Quirós. En total 7 de 38 personas (18%).

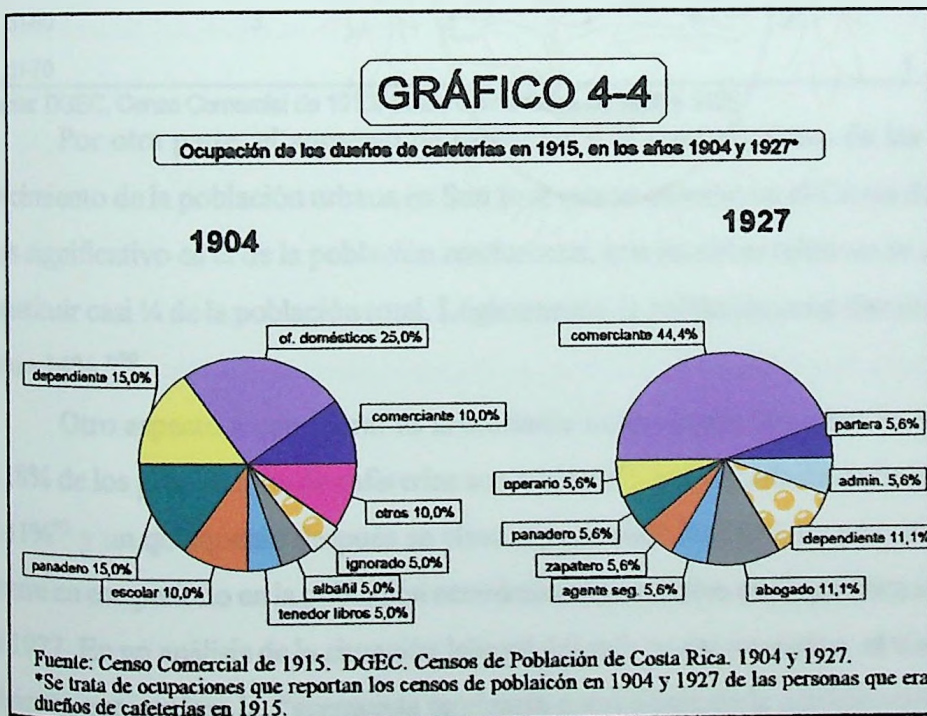
El cierre de negocios y los cambios en los empleos urbanos de estos individuos debe ubicarse en el contexto de la crisis política y económica que el país sufre entre 1914 y 1919, la cual afecta a los sectores laborales urbanos que "se vieron confrontados al desafío de contrarrestar las consecuencias negativas de la crisis económica y también ejercieron un papel relevante en la solución de la crisis política",<sup>88</sup> y lo atestigua la conflictividad social que se inicia en la década de 1920 en el país. Las reducciones de los salarios de los empleados públicos y los despidos, igual que la escasez y el alza de los precios de los artículos de consumo básico, sin duda vincula a los pequeños empresarios que venden alimentos y bebidas. Algunos se ven obligados a vender su negocio y a incorporarse en el mercado laboral en oficios diversos como se menciona en los párrafos anteriores, actividades eminentemente urbanas.

Sin embargo, la variabilidad en las ocupaciones de los dueños de cafeterías se explica por la fluidez laboral que existía entre ciertos sectores urbanos, ubicados entre los límites de los grupos de

artesanos y obreros y las capas de técnicos y profesionales. Estos sectores podían transitar de una ocupación artesana u obrera a la apertura de un pequeño negocio por cuenta propia, o combinar oficios artesanales u obreros con la administración de pequeños locales. En gran parte esto fue posible porque la operación del negocio podía ser desarrollada como una experiencia de base familiar. Esto contribuye a explicar la corriente incorporación de mujeres, como veremos después

La edad promedio de los empresarios oscila entre los 20 y los 30 años, (véase el Cuadro 4-4) lo que podría conducir a suponer que pueden mantenerse en el mercado por varias décadas más. Son jóvenes con una escolaridad reducida, pues buena parte de ellos declaran saber leer y escribir pero ninguno ha cursado más que cuatro años de enseñanza primaria. La mayoría de ellos son casados y quienes tienen más de 40 años, son viudos. No obstante, algunos hombres ya en edad madura, permanecen solteros, por ejemplo, Ramón Arce, lo es a los 33 años de edad, Miguel Guevara a sus 46 años declara el mismo estado civil, Jorge Alvarado Guier, a los 34 años no ha contraído nupcias, tampoco lo ha hecho para 1927 Ismael Herrera Troyo a sus 57 años, ni Rafael Luna a los 38. Las mujeres que tienen una cafetería son en cambio solteras o viudas. Rafaela Arias es una mujer soltera

que tiene 20 años en 1915 cuando abre su negocio y lo es aun en 1927. Esto no varía mucho en las décadas siguientes. Las mujeres que asumen el reto de administrar su propio negocio en 1925 y en 1929, son solteras o viudas, mayores de 40 años.



Luego de pasado el primer

cuarto del siglo XX, la edad promedio de los propietarios de cafeterías aumenta. En 1925, sigue siendo ventajosa numéricamente la población que oscila entre 20 y 30 años de edad, igual que sucede en 1915, pero cinco años después son los hombres ubicados entre los 31 y 40 años de edad quienes tienen en sus manos el negocio de las cafeterías. Esta relación podría explicarse en tanto aquellos que tienen un establecimiento en 1925 aun lo mantienen en 1929 y 1930. A diferencia de lo que ocurre en 1914, los años de 1920 inauguran una década de prosperidad<sup>89</sup>, que es drásticamente interrumpida por la crisis de 1930.

**CUADRO 4-4**  
Distribución de la edad de los dueños de cafeterías 1915, 1925 y 1930

RANGO DE EDAD	AÑOS								
	1915			1925			1930		
	H	M	TOTAL	H	M	TOTAL	H	M	TOTAL
20-30	9	1	10	6		6	5	1	6
31-40	8		8	1		1	9	3	12
41-50	2	2	4	2	1	3	9	1	10
51-60	3		3	1	1	2			
61-70							1	1	2

Fuente: DGEC. Censo Comercial de 1915. Guías Comerciales de 1926 y 1929

Por otra parte, el aumento de cafeterías y el mantenimiento de los negocios se debe a un crecimiento de la población urbana en San José que se observa en el Censo de 1927. "El crecimiento más significativo es el de la población semiurbana, que en cifras relativas se duplica con creces para constituir casi  $\frac{1}{4}$  de la población total. Lógicamente, la población rural disminuye claramente, en más de un 14%."<sup>90</sup>

Otro aspecto a considerar es la creciente intervención femenina en esta actividad. En 1915, el 18% de los propietarios de cafeterías son mujeres<sup>91</sup>, una década después la participación asciende al 31%<sup>92</sup> y un quinquenio después se eleva a poco más del 36%. Es una situación inversa a lo que ocurre en ese período en la población económicamente activa en Costa Rica según lo refleja el Censo de 1927. En un análisis de la situación laboral del país en ese momento, el historiador Mario Samper advierte, que es clara la: "acentuada tendencia decreciente de la participación femenina global en la P.C.O. [Población Censal Ocupada]. No solamente se redujo en términos relativos, de casi un tercio

o poco más de un 10%, sino que su número fue menor a pesar del aumento demográfico general.” Comparando la división sexual del trabajo de distintas categorías y grupos ocupacionales, se encuentran un cambio en los censos de 1892 y 1927 respecto a los registros de 1844, 1864 y 1883, tanto en actividades artesanales como en algunas de servicios. “Sólo hay un aumento significativo de la participación femenina en unos pocos oficios, el ejemplo más claro de los cuales podría ser la categoría “maestro de escuela”, continuación parcial de “preceptor”, en que el porcentaje masculino pasó de ser superior a 55% en los primeros censos a solamente 10% en 1927.” Asegura además que “algunos oficios femeninos que habían sido cuantitativamente importantes en la P.C.O. perdieron peso relativo en forma marcada, como en el caso de las costureras, aplanchadoras y lavanderas. En otros como cocinero y purero hay una tendencia a cambiar la composición sexual pero siguen predominando las mujeres. Y en una serie de ocupaciones relevantes hay un rápido aumento de la participación masculina: sombrerero, candelero, comerciante dueño de almacén de abarrotes (pulpería), entre otros, y un cambio casi total de ciertos oficios como el de panadero, que de ser femenino en 1864 pasa a tener 9/10 de miembros masculinos. Esto refleja, claramente, el desplazamiento de ocupaciones artesanales domésticas por talleres y pequeñas fábricas, y otro fenómeno más complejo en el sector servicios, relacionado posiblemente con cierta disminución en la escasez de fuerza de trabajo asalariada en general, característica del período en que se realizaron los censos desde 1844 a 1892.”<sup>93</sup>

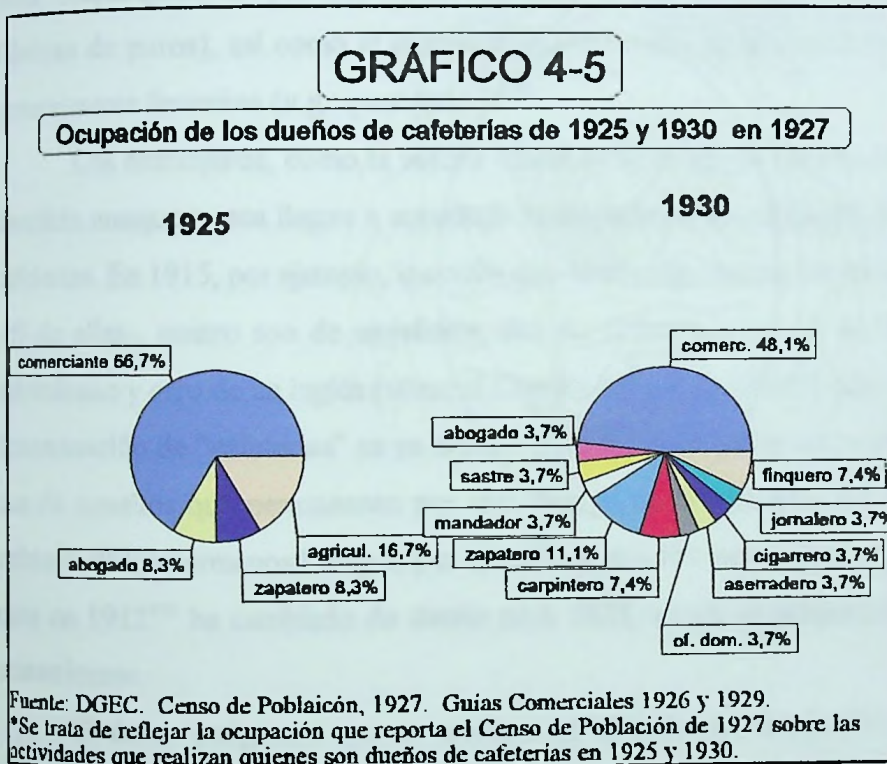
En el censo de 1927 se registra un total de 284 personas en la categoría de cantineros, cafeteros y refresqueros, de los cuales solo 49 son mujeres, un 17.25%,<sup>94</sup> pero si se desglosan los números, y se ubican únicamente los “cafeteros”, la relación, de acuerdo con los datos de las guías comerciales, arrojan las proporciones que se mencionan en párrafos anteriores.

En todo caso, llama la atención también que los oficios que reportan los dueños de cafeterías en 1927 son distintos a los que realizan como empresarios. El Gráfico 5-4 indica que aquellos que son propietarios de establecimientos comerciales denominados “cafeterías” se anotan en el conteo como comerciantes en un 66.7% en 1925 pero un quinquenio después, menos de la mitad se califican como tales, más bien destacan su actividad como finqueros, zapateros, jornaleros o carpinteros, entre otros, lo cual puede significar dos situaciones, o que bien los dueños de cafeterías realizan varias actividades remunerativas, como es común en ese momento en el país, y que destacan aquella que

les proporciona más ingresos económicos o satisfacciones personales, o que bien en 1927 efectúan tales trabajos y luego se dedican a la cafetería. Quizá en este momento se mantiene la idea que prevalece en 1864 de que los pulperos, taquilleros, dependientes y buhoneros, cuyas categorías forman el grueso del grupo ocupacional, son a la vez su estrato más bajo<sup>95</sup>. Sea como fuere, se trata de actividades económicas urbanas o semi urbanas lo cual implica que no son necesariamente excluyentes en cuanto labores remuneradas. Por lo demás, la oferta de trabajo comienza a ser abundante, lo que justifica que algunos buscando opciones, cambien de oficio con rapidez.

Lo que resulta indiscutible es que la presencia de cafeterías es cada vez mayor en el país y que por lo general son atendidas por sus dueños y por algunos dependientes que generalmente son la

propia familia. El "Petit Trianon" que pertenecía a Arturo Barrantes fue adquirido por Gonzalo Monge en 1929 y en 1938 Monge atiende el negocio junto con su esposa y sus hijos menores de edad. En ese salón "... también se sirve una deliciosa pastelería fabricada por familiares del señor Monge, que prestan además sus servicios en la atención



de los clientes"<sup>96</sup>. Algunos diversifican sus dependencias y logran desarrollar empresas que ocupan una buena cantidad de personal ajeno al grupo familiar. La señora Maud viuda de Curling, por ejemplo inaugura en 1914 "...su industria con una pequeña panadería, distribuyendo su producto a domicilio entre las casas principales de la ciudad. Esa industria inicial fue en aumento hasta llegar ahora a constituir una de las más prósperas y mejor acreditadas debido a los esfuerzos de la señora

Curling, quien en asocio de sus hijos Jorge, Alfonso y Flora, han logrado convertirla en una hermosa realidad...<sup>97</sup> En 1939 el Salón Curling tiene sus propios edificios y plantas para la elaboración de pan, repostería, hielo y helados, además de brindar los servicios de cafetería, cantina, repostería, comida a la carta, y otros. “La Casa Curling, comprendida en esta denominación toda la empresa industrial, tiene a su servicio 50 personas, en su mayoría mujeres...”<sup>98</sup>

Ciertamente las panaderías y las reposterías constituyen una de las manufacturas que trae consigo una mayor concentración de mano de obra donde los ritmos y las relaciones de producción son típicamente capitalistas y que se desarrollan con profusión en el país desde el inicio del siglo XX. La señora Curling es un caso atípico pues la concentración urbana que inicia a fines del siglo XIX, lleva “...aparejado un proceso de formación de talleres y algunas pequeñas manufacturas (v.g.: fábricas de puros), así como el desplazamiento parcial de la fuerza del trabajo doméstico, antes generalmente femenina (v.g.: panaderos).”<sup>99</sup>

Los extranjeros, como la señora Maud de Curling, se introducen en el negocio de manera decidida aunque nunca llegan a constituir la mayoría de la población dedicada a las empresas de cafeterías. En 1915, por ejemplo, los cafés que funcionan pertenecen en su mayoría a costarricenses, -29 de ellas-, cuatro son de españoles, dos de cubanos, uno de un estadounidense, uno de un colombiano y otro de un inglés (véase el Cuadro 4-5). Esta distribución indica que para entonces la denominación de “cafeterías” es ya común entre los nacionales. Sin embargo es interesante anotar que de aquellos que permanecen por más tiempo en el mercado, los menos son extranjeros. La cafetería de los hermanos Mangel, por ejemplo para 1915 no aparece registrada, el café Chelles que nace en 1912<sup>100</sup> ha cambiado de dueño para 1925, ahora su propietario es Joaquín Chacón, un costarricense.

El único emigrante que se sostiene en el ambiente desde 1915 y hasta 1930 es Fermín Bernadas, dueño de “Los Gnomos” que además es una cantina. Por lo demás, los foráneos que asumen este tipo de negocios proceden de naciones donde la presencia de “cafeterías” es ya una tradición. En Cuba y Colombia el café se produce y se consume algunas décadas antes de que se inicie el hábito en Costa Rica, en España, con mayor tardanza que en Inglaterra o Francia, también se ha logrado establecer.

## EL CAFÉ Y LOS PROSTÍBULOS

Algunas fondas, restaurantes y cafeterías, donde también se expende licor, son frecuentados por prostitutas y por tanto “la gente decente” que no debe mezclarse con ellas, según los valores morales de la época, no asiste a esos lugares. En agosto de 1910, por ejemplo, el Inspector General de la Hacienda Municipal de San José sospecha que en el restaurante propiedad del jamaicano Daniel Amaya, ubicado en Mata Redonda, “se cometen escándalos casi diariamente, y que tal estado es un foco de corrupción”<sup>101</sup> y así lo hace saber al Director de Policía de esa provincia. En efecto, este último le indica, a través de una misiva, que ese local, llamado “Un sueño de amor” “es una especie de Burdel a donde visitan muchas mujeres de malas costumbres”. Más aun, un testigo de nombre Tomás Ortuño, “ha visto en el interior del establecimiento de Amaya ya camas y cuartos que presume son destinados para el servicio de la prostitución”.<sup>102</sup> El señor Amaya no solo es dueño de ese “restaurante”, también es propietario de un número no determinado de burdeles disfrazados de hosterías, fondas y restaurantes y son visitados por lo más preclaro de la oligarquía liberal”.<sup>103</sup>

Igual que sucede en las cafeterías y en los restaurantes, en algunos de los hoteles la “venta de cuerpos femeninos” es común ya en el siglo XIX. María Barrantes es una ramera que frecuenta particularmente los hoteles propiedad de chinos en la capital, en especial labora en el negocio de José Apao donde se embriaga casi a diario y “está adquiriendo el vicio de fumar opio”.<sup>104</sup> Hoteles incluso promocionados en las guías comerciales que se publican en el país, como sitios de calidad para los visitantes, son prostíbulos enmascarados, uno de ellos, el Hotel París propiedad de Manuel de Santa Cruz, “cuenta con varias mancebías pero con el cuidado de llamarles Restaurantes y Hoteles”. Este lupanar nunca fue clausurado y por el contrario, su concubina abre una hostería denominada Restaurante París, acrecentando el disgusto del Director de Policía don Carlos Jiménez.

Para 1900, en San José funcionan numerosos establecimientos donde se ofrecen esta multiplicidad de servicios: bebidas alcohólicas, alimentos, bebidas calientes no embriagantes y satisfacción sexual. Algunas de las jóvenes campesinas que arriban a la metrópoli en busca de mejores horizontes, se emplean “en uno de los tantos ventorrillos de la capital, que abren sus puertas al hatajo hambriento, hediondo, pobre, al soldado novicio, que encuentra en tales sitios los primeros componentes de su desmoralización, al campesino sencillo, a los que apenas pueden proporcionarse, como alimento, un mal café y un mendrugo; a esa humanidad enfermiza, viciosa y mal trajeada.”<sup>105</sup>

**CUADRO 4-5**  
**Distribución de locales comerciales según nacionalidad del dueño (1915)**

Nacionalidad	Establecimiento comercial									TOTAL
	cafetería	cantina	hoteles	pulperías	pulp. y taq.	restaurante	refresq.	Taquilla	Vinatería	
Alemania			2	23		1	2	12	12	52
Arabia				2				1		3
Austria				1						1
Bélgica				1						1
Colombia	1			7		1	1			10
Costa Rica	29		10	846	132	18	123	281	108	1547
China		2	3	179	4		12	102	78	380
Cuba	2		1	6		1	2			12
Ecuador		1		1	1	1	2			6
España	4		9	99	3	11	33	50	49	258
EEUU	1		2	26			4	6	12	51
Francia			4	5			3	2	4	18
Grecia				3			1		2	6
Italia		1	10	42	1	1	3	22	23	103
Inglaterra	1	2		62			54	7	6	132
Nicaragua				3	1	2	4	4		14
Panamá		1	1	7			2		1	12
Puerto Rico				1			2			3
El Salvador				2			2			4
Siria		1		22		1	1			25
Suiza				3		1	1			5
Turquía		1		13		1	1	1	1	18
Ignorada		3		9		2	3	2	2	21
Otros*				9 (a)		1(b)	1(c)	2(d)	1(e)	14
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>12</b>	<b>42</b>	<b>1370</b>	<b>142</b>	<b>42</b>	<b>257</b>	<b>493</b>	<b>299</b>	<b>2695</b>

(\*) México (1), Perú (2), Venezuela (1), Guatemala (1), Ecuador (1) (b) Martinica (1), (c) Honduras (1), (d) Suecia (2), (e) Guatemala (1)  
Fuente: DCEC. Censo Comercial de la República de Costa Rica 1915. En: *Anuario Estadístico de 1915*. San José: Imprenta Nacional, 1916.

Estos ejemplos evidencian que efectivamente, los lenocinios que existían... “no eran complejos. En muchos casos se trataba de casas pequeñas, que ocultaban la comercialización del sexo mediante un negocio legal (venta de tamales, hostelerías y casas de costura)”<sup>106</sup> En efecto, algunos

de los locales denominados cafeterías, son sitios donde se va a tomar licor igual que se ingiere café, se consigue tabaco, heroína u otras drogas<sup>107</sup> y además funcionan como lupanares, así lo evidencia la pintura que creó Francisco Amiguetti en 1932, (véase foto 4-14) una mujer dedicada al oficio referido se coloca en primer plano, mientras tras ella se ubican los visitantes del local que consumen tanto café como bebidas alcohólicas, pero no aparece en el cuadro ni niños ni otras damas, lo que hace suponer que no frecuentan estos lugares.

La asiduidad de este tipo de establecimientos, conduce en 1912 a la Dirección de Policía a ordenar el cierre de todas las hosterías y cafeterías a las 11 de la noche debido, según el Director de Policía a que

“la apertura de las hosterías hasta las 12, la 1 y 2 de la mañana se presta admirablemente para la infracción de la ley de licores, de la de juegos y la de Profilaxis venérea como lo han venido observando la policía de orden y seguridad desde que tolera la apertura de esos negocios hasta las últimas horas. Estas prerrogativas se presta para que los trasnochadores (que casi siempre son las mismas personas) hagan escandalos de toda especie con mujeres de la vida alegre, siendo así que son las únicas que á tales horas frecuentan aquellos establecimientos...

Los cuadros que se ven en ciertos de los establecimientos indicados á deshoras de la noche, son á veces horripilantes por lo inmorales...”<sup>108</sup>

Esta disposición provoca la reacción inmediata de algunos dueños de hosterías y de cafeterías en San José quienes aseguran que “...les trae gran pérdida el cerrar á las 11 p.m. pues á esa hora no hay negocio; que á las hosterías va la gente que tiene trabajos hasta cierta hora de la noche, lo mismo que aquellas que á ese tiempo empiezan sus tareas y algunos que deseosos de hacer comidas especiales no los consiguen sino en las hosterías, porque los hoteles desde las 10 p.m. ya no tienen nada vendible, en sus cocinas...”<sup>109</sup> Los firmantes de la petición son Jesús Aymerich, Filomena Angulo, Josefã Chacón, Vicente Blen, Francisca García, Marcelino Baglio, Rosalina Contreras, Feliciano Cardó, Balvinado Aymerich,

Foto 4-14



Fuente: Xilografía de Francisco Amiguetti, 1934.

Higinio Villalta, Juana Quirós y Simona Bonilla. Aseguran los quejosos que "...las personas dueñas de las denominadas Hosterías, todas actualmente son de conducta irreprochable, trabajadoras, y [aclaran] entre ellas hay casadas, viudas y su medio de subsistencia depende del producto que puedan sacar de las ventas nocturnas."<sup>110</sup> Sin embargo, "la mayoría de los petentes eran reconocidos chulos y alcahuetas, según la perspectiva de los oficiales de la policía de orden y seguridad. Entre ellos se localizaban Filomena Angulo, Josefa Chacón, Simona Badilla (todas antiguas prostitutas que luego pasaron a ser encubridoras y proxenetas)..."<sup>111</sup> Simona Badilla es a su vez concubina de Vicente Blen, Josefa Chacón lo es de Víctor Carvajal y Filomena Angulo de Martín Roig.

Su petición, en todo caso fue denegada una y otra vez por la Dirección General de Policía, advirtiendo que en las cafeterías y hosterías propiedad de esos señores "... los cuadros que se ven...á deshoras de la noche, son á veces horripilantes por lo inmorales"<sup>112</sup>. No satisfechos con la respuesta y a pesar de las múltiples pruebas que dice tener la policía respecto a la actividad real que se practica en esos negocios, los demandantes elevan el asunto al Ministro de Policía, Lic. Carlos María Jiménez señalando que una hostería no es más que "...un pequeño hotel en donde se venden cenas baratas a todos aquellos que salen de funciones de teatros ó circos y de los billares [por ello ruegan que les permitan laborar] hasta las dos de la mañana los días de fiesta y hasta la una en los días comunes"<sup>113</sup> Finalmente, el Secretario de Estado en el Despacho de Policía deroga la prohibición del Director de Policía de San José y las hosterías y cafeterías no tienen límite de hora para el cierre de los locales.

Es similar a lo que ocurre en Europa, principalmente en Inglaterra y Alemania entre 1650 y 1700. Allí, se fundan cafeterías para proveer acomodo a los placeres sexuales, y las fotos 4-15 y 4-16 no dejan lugar a dudas. La primera muestra una típica cafetería londinense del siglo XIX donde evidentemente se ofrece más que café. Tom & Jerry, como se denomina el establecimiento, es un lugar de reunión de trabajadores nocturnas con mujeres del pueblo. La actividad se prolonga hasta el alba y en las afueras de los locales, como se observa en la fotografía 4-16, la escena del interior de las cafeterías, se reproduce en el exterior.

Aunque algunas mujeres, particularmente en Inglaterra ejercen la función de meseras y cajeras de los locales, pocas de ellas también brindan otros servicios luego de acabar con sus labores y lo hacen en el mismo establecimiento o son reclutadas allí para ejercer la prostitución en lugares que ellas o sus clientes designan<sup>114</sup>.

## SOCIABILIDAD E IDENTIDAD EN LAS CAFETERÍAS

En Europa, el café se coloca primero en el espacio público y le toma más de medio siglo, en Inglaterra y un siglo completo en Alemania, trasladarse a la esfera doméstica. En Costa Rica el café sigue el camino contrario. Se instala en el espacio del hogar y luego trasciende a la dimensión del consumo público en establecimientos que usan el nombre de la bebida: cafeterías. A pesar de su apelativo, el café es una de las tantas sustancias que se ofrecen pues el licor, lo mismo que el té y el chocolate, siguen siendo parte del menú de los nuevos negocios. Es posible que se imite la costumbre europea de denominar así los lugares frecuentados por la "inteligencia" o la clase media. Los sectores privilegiados, particularmente josefinos, tiene otras opciones de reunión además de las cafeterías, los clubs y salones son lugares además exclusivos para sus actividades.

En otros términos, los sitios donde el café es una de las bebidas principales, no pueden clasificarse como exclusivamente emulaciones del estilo europeo o como espacios con características únicamente autóctonas. La gama de opciones es variada: las pulperías, funcionan como lugares de sociabilidad comunal o vecinal donde el café es servido; están las fondas y restaurantes que a su vez son diversos, pues los hay para los grupos acaudalados y también para los grupos populares y además para los sectores medios. En los hoteles, las salas de reunión apelan a distintos públicos, lo mismo sucede en las fondas. También las cafeterías son negocios heterogéneos, algunos visitados por grupos familiares, otros son exclusivamente parajes masculinos, varios son prostíbulos enmascarados y ciertos son espacios de reunión de intelectuales, artistas, políticos y periodistas, donde las prostitutas también asisten, como lo hacen los niños y las señoras.

En efecto, entre 1890 aproximadamente y 1940, los cafés son diversos en demasía y de los servicios que ofrecen y de su público meta, dependen también las formas de sociabilidad que allí se establecen. Los hay como los de doña Urbanita donde asisten los madrugadores, trasnochadores, sectores medios y populares, acuden fundamentalmente los trabajadores nocturnos: policías, militares, serenos, y a quienes la noche los sorprende fuera de casa en horas avanzadas; los clientes suelen encontrar café y alimentos y compañía diversa mientras el local está abierto. En ese espacio, hipotéticamente, se establecen lazos de sociabilidad entre los presentes durante largas jornadas. Se conversa sobre asuntos laborales, familiares, vecinales, comunales, políticos y amoríos en diálogos

Foto 4-15



Tom & Jerry una cafetería cerca de Olympia, Londres, siglo XIX.  
Fuente: Barsten, Ian. *Coffee, Sex & Health*. Sydney: Helian Books, 1999. p. P 29.

coloquiales.

En lugares como este, el café se sirve al lado de platillos autóctonos. En la década de 1910, en el cantón central de la provincia de Heredia, las cafeterías ofrecen a sus clientes tamales, un producto que desde entonces -y quizá antes-, acompaña la taza y preferiblemente el jarro de café. Es común que en

las bizcocherías, negocio que tiene la familia de escritora costarricense, Luisa González en esa provincia, se proporcione además, café a los visitantes. Al ingerirlo, se acostumbra depositar el bizcocho dentro de la taza -o el jarro- y absorber luego la mezcla. En tal sentido, González detalla:

“el negocio de la bizcochería era espléndido: teníamos la mejor clientela de Heredia, porque el totoposte que hacía mi madre con una receta inventada por ella era único por su sabor, por el punto quebradizo, tostado, que se deshacía y esponjaba en rosquillas saladas, que rebalsaban las tazas de café negro y caliente”<sup>115</sup>.

En esos lugares, el café se asocia con alimentos tradicionales, autóctonos -no solo por la materia prima con la que se elaboran sino también por la forma de prepararlos y de servirlos- de manera que se toma el café con pan casero, café con bizcocho, café y tamales. No es costumbre, como en París o Inglaterra, ingerir el café sin acompañarlo de algún alimento. Esto conduce a suponer que los sectores populares, poco conocedores de las actividades que se desarrollan en las principales capitales de Europa, que deslumbran a buena parte de los intelectuales y políticos costarricenses del siglo decimonónico y aun de principios del XX, asisten a las cafeterías en busca de alimentos para satisfacer una necesidad fisiológica o para entablar conversaciones con otros con

quienes comparten interés comunes.

De hecho, una buena parte del comportamiento del consumo del café en la dimensión pública, parece haber surgido en los sectores populares costarricenses sin ninguna imitación, especialmente cuando los contextos son distintos a los de los grupos acaudalados. Puesto que el café se vuelve cada vez más importante para los pobres de lo que había sido para los ricos -como estimulante, más que como expresión de una

posición social- y puesto que las ocasiones para ingerirlo se multiplicaron posteriormente, en parte por los nuevos horarios laborales y sus respectivos descansos intermedios y debido a la oferta masiva de la bebida en posadas, pulperías y cafeterías, surgieron nuevos usos y significados, muy alejados de las prácticas de los privilegiados. A estos tipos de innovación le ha aplicado Sidney Mintz el término de “extensificación”<sup>116</sup>.

En términos más detallados, el consumo de alimentos está condicionado por significados, según advierte Mintz, y significados que simbolizan algo y son a su vez comunicados simbólicamente. Mintz hace una distinción entre significados interiores, lo que la gente indica que es lo que significan las cosas y “exteriores” -para darle un término que no usa el antropólogo al que nos referimos- que puede significar el consumo y sus múltiples significados para los participantes, para la sociedad y para los que gobiernan. Los significados interiores a su vez se adquieren y convencionalizan a través de dos procesos, ya mencionados en el capítulo anterior: intensificación y extensificación. En el primero

Foto 4-16



Escena de una cafetería en Londres en 1736.  
Fuente: Bernstein, Ian. *Coffee, Sex & Health*. Sydney: Helian Books, 1999, p. 28.

el consumo es una réplica de lo practicado por otros generalmente de un estrato social más alto, se imita y se emula. En el segundo se dan nuevos usos y significados a los alimentos que se consumen. En ambos, los nuevos usuarios se apropian del comportamiento de los significados que perciben como suyos.

Por otra parte, las familias, en paseos nocturnos o en tiempos festivos, asisten a los negocios como los de doña Caraciola Ocaña. En las décadas de 1920 y 1930, los sectores de población que acostumbran frecuentar el Teatro Municipal, suelen disfrutar, además de las óperas, comedias, zarzuelas y dramas, del café preparado en el local de doña Caraciola Ocaña. Recuerda la señora Elena Jiménez, esposa del escritor nacional Jenaro Cardona, que en los intermedios, que eran largos, “se aprovechaban para saborear un pisolabis... padre, hermano, amigo, novio, tío, compañero de las damas iba a los puestos situados frente al teatro... [el goce de la bebida] animaba para continuar...”<sup>117</sup> En esa época también existe, de acuerdo con lo que reporta Enrique Macaya, un sitio denominado “Café La Feria”, ubicado en las cercanías del Parque Morazán donde se disfrutaba de tardes de música<sup>118</sup>. De hecho, este café se anuncia, desde 1916 como “el gran café de moda, el más lujoso y mejor servido de la capital”, además de ofrecer conciertos con gran frecuencia<sup>119</sup>.

Hombres, mujeres, niños, ancianos, departen en un ambiente informal mientras disfrutan de la variada comida que se prepara en esos sitios. Los asistentes al teatro, a los circos o a las actividades sociales, también rematan su tiempo de ocio, con la ingesta de alimentos en esos locales además, acompañados de una humeante taza de café cuya calidad tenía fama entre los amantes de las funciones teatrales. Allí posiblemente se departe sobre el impacto que causó la obra o respecto a la calidad de los actores y actrices o quizá se hable de política o de arte o de asuntos de negocios, o de todos estos temas y otros más que añaden.

También están aquellos sitios exclusivos para los notables, como el Hotel Internacional o el Hotel Français, donde los preclaros de la sociedad y de la política, platican en ambientes sofisticados y claramente europeizantes. Los clubes exclusivos son espacios donde se establecen estrechos lazos de sociabilidad, especialmente porque se trata de lugares a los que acude con recurrencia, un grupo selecto de individuos con intereses comunes. Son lugares de esparcimiento, de ocio, de negocios y de diálogo. Aquí la ingesta de café apela a un consumo conspicuo pues el producto no se adquiere por necesidad o deseo sino por otras razones, por lo que el bien simboliza<sup>120</sup>. El café se acompaña

además de fina pastelería, a la altura de la elegancia y de la clase a la que se pertenece. La taza de café y su ingesta, en el ambiente en que se realiza el consumo y con la compañía con la que se comparte, simboliza la dimensión social de la que se forma parte, quizá como en Europa, el orden burgués. Se está en presencia de prácticas socioculturales que configuran formas de reconocerse y de satisfacer necesidades, rituales de distinción y modos de comunicación, pues en el consumir no sólo se derrocha y se exhibe, se alinea y se somete y se reelabora el sentido de lo social, sino que se redefine la significación de lo público, al mostrar lo que cree socialmente valioso, rehacer lo que se percibe como propio, al integrarse y diferenciarse.<sup>121</sup>

Aparecen otras cafeterías, donde se reúnen los intelectuales, periodistas y artistas, con frecuencia para intercambiar ideas y reposar de la faena diaria. Aquí se construye buena parte de las noticias que son publicadas en los periódicos de la época y que serán los que en última instancia, generen opinión pública respecto a los temas que se tornan candentes en el escenario nacional. Se define la política, se decide sobre asuntos económicos, académicos, artísticos y otros. Son lugares donde mediados por una taza de café, se afinan vínculos de solidaridad, de amistad, de simpatía, de camaradería, lazos duraderos algunos, efímeros otros, pero son hombres y mujeres que discuten, analizan y toman decisiones respecto a una gama temática, básica en el devenir social y cultural del país. Allí, se juega ajedrez, se cuentan cuentos, se hacen bromas, “y cuanto se les antojó a todos los componentes de aquella cáfila de bohemios que consumían docenas de tazas de café por la noche.”<sup>122</sup>

Las hosterías y cafeterías que encubren prostíbulos, son frecuentados por los sectores populares aunque también acuden a ellas, aunque furtivos, algunos miembros de la “elite” costarricense. En esos lugares se establecen relaciones eróticas, mediadas por el licor y las drogas, además de estimulantes como el café<sup>123</sup>.

En resumen, según Don Slater, “la mayoría de los actos privados de consumo animan sistemas de signos públicos y sociales, no necesariamente en el sentido de desplazamiento público (como en ideas de emulación, “consumo conspicuo” o “estados de competencia”), sino fundamentalmente a través de procesos de reproducción cultural: consumiendo nosotros no solo -simplemente reproducimos nuestra existencia física- sino que también reproducimos (experimentamos, transformamos, defendemos, contestamos, imaginamos, reflejamos) formas de significado de vida culturalmente específicas. En el consumo mundano nosotros construimos relaciones e identidades

sociales.”<sup>124</sup>

El consumo es un elemento central en la conformación de identificaciones sociales, pues cuando seleccionamos los bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos<sup>125</sup>. En torno al café, en los espacios públicos se llevan a cabo relaciones sociales, y la identidad se forma por procesos sociales y es mantenida o modificada por las relaciones sociales.<sup>126</sup> Ahora bien, la identidad es una representación estructurada, en palabras de Stuart Hall, que logra su positivo a través del estrecho ojo de lo negativo. Esta afirmación abre entonces la discusión sobre las relaciones entre el yo y el otro, en el campo de las relaciones de poder.<sup>127</sup> En el mismo sentido, Minh-ha dice que tratar la cuestión de la identidad es reabrir la discusión sobre las relaciones entre el yo y el otro y en el campo de las relaciones de poder. Así, la identidad entendida en el contexto de una cierta ideología de dominación, es una noción que se asienta sobre el concepto de una esencia, de un centro auténtico que permanece oculto para la conciencia del yo y que requiere de la eliminación de todo lo que considera foráneo o no verdad para el ego, que es para decirlo en una palabra, el no yo, el otro. Es un concepto donde el otro es siempre inevitablemente el opuesto para uno mismo o sometido al dominio de uno mismo <sup>128</sup>, lo que Bourdieu llama el origen de las exclusiones (“eso no es para nosotros”) y de las inclusiones.

En síntesis, la sociabilidad que se crea en los espacios públicos de venta de café, resulta un elemento básico tanto para la construcción de identidades como para la creación de estilos de vida ¿por qué? Porque las preferencias por el consumo están socialmente organizadas a través de “habitus” o estructuras predisuestas. El consumo es parte de la reproducción cultural de las relaciones sociales<sup>129</sup>, es el espacio para la distinción, donde a través de la expresión del gusto, se indica a otros una posición social.

## CONCLUSIONES

El consumo del café en la dimensión pública se inicia cuando su presencia, en el espacio doméstico está consolidada, por lo menos así ocurre en las zonas productoras y la explicación radica en que se trata de un bien disponible y por su abundancia, posible de ofrecer en las hosterías y fondas, ya molido y chorreado, servido en una taza o en un jarro o en una jícara o en un baso, a un costo reducido. Su presencia en lugares de venta de alimentos no es tardía con respecto al comienzo de la producción y consumo doméstico; en la década de 1850, tan solo 30 años después de que el cultivo prolifera, es un producto que se promociona como parte del atractivo de los principales hoteles de la capital. En ese momento, las fondas colocadas a lo largo de los caminos, también tienen permanentemente el café para deleitar a sus clientes.

En esas hosterías, sitios que improvisadamente tienen dormitorios y comedores, por lo general el mismo que ocupa el resto de la familia, sirven el café de la idéntica manera como lo ofrecen a los miembros del núcleo familiar. Los utensilios son iguales, la forma de colocar los alimentos sobre la mesa no varía, la comida que proporcionan es igual a la preparada para satisfacer a los allegados, con materia prima y recetas autóctonas. Este escenario indica que no existe entonces una separación real entre el espacio doméstico y el público; se confunden y se intersecan por tanto el consumo del café no estuvo recluido exclusivamente a la dimensión doméstica pero tampoco se puede afirmar que se desarrolla simultáneamente en ambos espacios; en el mejor de los casos es evidente que, como ocurre con el aguadulce o con las tortillas, se afianza en el seno hogareño y de ahí transita hacia el ofrecimiento público en condiciones que no distan en demasía de lo habituado en el hogar.

Los sitios de venta de café, en todo caso, son disímiles, dando lugar a versiones locales de modernidad, esto es, el hábito que se importa de Europa, es adquirido en Costa Rica por un sector de la población, primero selecto, la élite y luego se populariza hasta llegar a ser más importante para éstos, como estimulante, de lo que lo fue para los sectores "privilegiados". Lo cierto es que en el proceso, se perfilan todas las opciones de manera paralela; en los años de 1850, el consumir el café -no el producto mismo- tiene una connotación de modernidad, es consumido en sitios públicos en las ciudades más destacadas del mundo, por tanto ingerirlo igual en lugares visitados por los grupos de población con intereses afines en Costa Rica, generalmente conocedores de las actividades que se desarrollan en Europa, simboliza un acercamiento a lo "deseable" a lo anhelado.

Otras opciones públicas para ingerir café surgen, sin tener el fin último de emular. Los grupos sociales que frecuentan las pulperías o algunas fondas para tomar café o licor, lo hacen no por imitar sino solo para satisfacer un deseo fisiológico y de paso establecer relaciones de sociabilidad. En otros términos, los mercados urbanos de café son distintos según las clases sociales que los consumen, de manera tal que los obreros toman el café que sus esposas les proporcionan, en sus sitios de trabajo y no en horarios nocturnos. Los sectores medios y altos de la población, lo prefieren en el regocijo de la noche y en lugares donde pueden dialogar con otros tras la ingesta de café.

Pero la heterogeneidad que es evidente entre fondas, restaurantes y pulperías, también lo es en las cafeterías. Cada cafetería en Costa Rica, como sucede en Londres en el siglo XVII y siguientes<sup>130</sup>, se especializan en un tipo diferente de clientela. En algunas se atendían a literatos, mercaderes, comerciantes, liberales, conservadores, oficiales del ejército, políticos, actores, abogados, clérigos, personas ingeniosas; en otras a vagabundos, prostitutas, obreros, serenos, campesinos; en algunas, a familias con sus niños, mujeres maduras y de mediana edad. No todas las cafeterías eran pulcras y decoradas con esmero, ni antros de exaltación espiritual; algunas eran lugares caóticos, hediondos, llenos de actividad, inundados del golpeteo de ollas y tazas, platos y cubiertos -como la de doña Urbanita- de un barullo de voces diversas que se entrelazan sin planificación, desencadenando una confusión de sonidos; entre los presentes, algunos garabatean, otros conversan, algunos beben, otros fuman y unos pocos discuten acaloradamente; posiblemente algunos lugares apestan a tabaco.

La diversidad depende, entre otras cosas de la procedencia y el interés del dueño. Algunos, principalmente extranjeros que cuentan con el capital suficiente para establecer cafeterías sofisticadas, o por lo menos con condiciones para recibir al preclaro de la población, desarrollan un negocio dirigido a este tipo de vecinos, cuyos precios en los alimentos y servicios son más altos, los más, abren cafeterías sencillas, con una infraestructura más cercana a la actividad intra domiciliaria que pública y atienden allí a los sectores populares sin mayores aires extranjeros.

En todo caso, dado el entusiasmo que los costarricenses muestran por el café desde principios del siglo, resulta sorprendente que tardaran casi una centuria en surgir establecimientos que en Europa se les bautiza con el nombre de "cafeterías" destacando de esta manera la bebida principal del local. Durante esa centuria, las pulperías, fondas y/o restaurantes y los clubes de los hoteles,

realizan las funciones de cafeterías; agrupan a sectores distintos de población, como se ha insistido, que departen en torno a diversas bebidas, entre ellas el café.

Solo después de la experiencia y el éxito del “café” de doña Urbana y de los “cafés” de los europeos Benedictis y los hermanos Mangel, las cafeterías echan raíces en Costa Rica pero manteniendo una diferencia clara en cuanto al público lo que finalmente conduce a la existencia de disímiles procesos de sociabilidad.

Para uno u otro público, las cafeterías colaboran en la creación de nuevas costumbres y en la relación entre los asistentes. Son lugares donde los hombres y las mujeres, sin faltar al decoro en algunos casos, confraternizan de manera distinta, como lo logran hacer las escritoras Carmen Lyra y Yolanda Oreamuno con intelectuales de igual envergadura que ellas: Joaquín García Monge, Carlos Luis Fallas, Clorito Picado, entre otros<sup>131</sup>. Las discusiones se establecen en un ambiente informal de sobriedad, pero lo que resulta evidente es que el consumo del café no significó una disminución de la ingesta de alcohol, en la población costarricense. El consumo de bebidas embriagantes y espirituosas en los “cafés”, parece ser una de las características más destacadas.

Por otra parte, el nacimiento de negocios de “sobriedad”, diferentes a las taquillas y vinaterías –las cantinas luego- ya en el siglo XX, llamadas “refresquerías”, se convierten en muchos casos en “cafeterías” e incluso se practica la multi funcionalidad de los locales: son a su vez refresquerías, pulperías y cafeterías y en algunos casos, también taquillas. Poco tiempo después, las cafeterías adquieren su propia identidad y dejan de ser refresquerías o pulperías y funcionan exclusivamente como “cafeterías” y proliferan como tales en la década de 1920 y se expanden a las principales regiones urbanas del país, especialmente a aquellas donde hay un desarrollo comercial en crecimiento: Limón y Cartago. Las cafeterías son entonces un fenómeno que coincide con el proceso de urbanización en la década de 1920.

Los dueños de las cafeterías, como negocios que tienen como bebida principal el café, despliegan un sistema de promoción cada vez más sofisticado usando para ello los medios de comunicación disponibles y recurriendo a retóricas publicitarias que tienen relación con el destaque del nombre del establecimiento –ahora independiente del de su dueño-, indicando las cualidades principales del servicio que ofrecen y apelando a públicos específicos. Quizá la publicidad tiene los efectos esperados pues las cafeterías se convierten en sitios de reunión de literatos, políticos, artistas,

intelectuales, periodistas, entre otros, que discuten, analizan, resuelven y comentan las más diversas situaciones en un ambiente de camaradería e informalidad.

La mayoría de los propietarios de estos negocios son hombres que a corta edad se dedican al comercio al detalle pero una buena parte también realizan trabajos muy diversos: zapateros, albañiles, agentes de seguros, panaderos, entre otros. Las mujeres se declaran en su totalidad como trabajadoras domésticas y son por lo general, damas solteras o viudas. Lo cierto es que estos sectores de población urbana transitan de una actividad artesanal u obrera a otra con fluidez y la combinan con la administración de pequeños locales de venta de alimentos que son atendidos por mano de obra familiar, lo que facilita la diversidad de tareas, además necesarias para sobrevivir en momentos de crisis.

Las cafeterías son fundamentalmente espacios de sociabilidad, espacios diversos en demasía en el escenario josefino. En esa dimensión heterogénea en que se realiza la ingesta de café en el espacio público, se construyen procesos que conducen a crear el sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses, no como elemento único, sino como uno más en la gama de componentes que permiten el desarrollo de este proceso.

## CITAS

1. González Zeledón, Manuel. *Cuentos de Magón*. San José: Editorial Costa Rica, 1994, p. 74.
2. Jinesta, Carlos. "San José era una ciudad modesta". En: Ramos, Lilia. *Júbilo y pena del recuerdo*. San José: Editorial Costa Rica, 1965, p. 172.
3. González, op., cit., p. 72.
4. *Diario de Costa Rica*, 6-1-1886, p.3.
5. Schroeder, John. *Directorio de la ciudad de San José. Un folleto sobre inmigración*. San José, Imprenta Nacional, 1890, p.10.
6. Peralta, Genaro. *Gula. Directorio de la ciudad de San José 1905*. San José: Imprenta y Librería Antonio Lehman, 1905., p. 51.
7. *El progreso*, 21-08-1901, p. 4.
8. *Diario Costarricense*. 29-12-1888, p. 1.
9. Pacheco, Otoniel. *Directorio de la ciudad de San José*. San José: Tipografía Nacional, 1895.
10. Peralta, Genaro. *Gula. Directorio de la ciudad de San José 1905*. San José: Imprenta y Librería Antonio Lehman, 1905.
11. Dirección General de Estadística y Censos. *Anuario Estadístico de 1915*. Imprenta Nacional, 1916.
12. Quesada Pacheco, Miguel Ángel. *Entre silladas y rejoyas. Viajeros por Costa Rica de 1850 a 1950*. San José: Editorial Tecnológica de Costa Rica, 2001, p. 252.
13. *Crónica de Costa Rica*. Costa Rica, 15-4-1857, p. 4.
14. Loc., cit.
15. Los hoteles y el paisaje urbano josefino en las décadas de 1850 y 1860, fue tratado por Fumero, Patricia. "La ciudad en la aldea. Actividades y diversiones urbanas en San José a mediados del siglo XIX". En: *Héroes al gusto y libros de moda*. Iván Molina y Steven Palmer ed. San José. Editorial Porvenir y Plumsock Mesoamerican Studies, 1992, pp. 77-108.
16. Fernández Guardia, Ricardo. *Costa Rica en el siglo XIX. Antología de viajeros*. San José, EDUCA, 1982, p. 166.
17. Wagner, Moritz y Scherzer, Carl. *La República de Costa Rica en Centroamérica*. San José: Imprenta Lehmann, 1944, p. 101.
18. Appudurai, ed. *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Grijalbo, 1991. op., cit., p. 157.
19. *Ibid.*, p. 146.
20. Polakowsky, Helmuth. En: Elías Zeledón, *Viajes por la República de Costa Rica*. Tomo II, San José: Editorial Costa Rica, 1997, p. 231.

21. Schroeder, John. *Directorio de la ciudad de San José. Un folleto sobre inmigración*. San José, Imprenta Nacional, 1890, p.13.
22. Fernández Guardia, Ricardo. *Costa Rica en el siglo XIX. Antología de viajeros*. San José, EDUCA, 1982, p. 138.
23. *El Heraldo, Diario Republicano independiente*. 20/1/1890, p. 3.
24. *La República*. 20-03-1902, p.3.
25. *La República*. 30-03-1902, p. 3.
26. Costa Rica. *Libro azul de Costa Rica*. San José: Imprenta Alsina, 1916., p. 178.
27. Quesada, Miguel., op., cit., p. 631.
28. Peralta, op., cit., p. 52.
29. Dirección General de Estadística y Censos. *Censo de población de 1892*. Costa Rica, 1892, p. XII-CV.
30. DGEC. *Censo Comercial de la República de Costa Rica, 1915*. San José: Imprenta Nacional, 1916, pp. 251-338.
31. *Guía Comercial de Costa Rica, 1926*. San José, Imprenta La Tribuna, 1926, p. 72.
32. Schivelbusch, Wolfgang. *Tastes of paradise. A social History of Spices, Stimulants, and Intoxicants*. USA: Vintage Books, 1993, p. 71. Agradezco a la M.Sc. Eugenia Ibarra la referencia a este libro.
33. Samper, Mario. "Evolución de la estructura socio-ocupacional costarricense: labradores, artesanos y jornaleros (1864-1935)". Tesis para optar al grado de licenciado en Historia. Universidad de Costa Rica, 1975, p. 239.
34. Loc., cit.
35. Aunque en el Censo de Población de 1864 aparecen contabilizadas como total 476 "cafeteras" si se hace un conteo por cantones, en San José, el número se reduce a 376. Puede deberse a un error en el Censo.
36. *El Costarricense*. Costa Rica, 15-10-1874, p. 4.
37. *El Costarricense*. Costa Rica, 13-10-1873, p. 4.
38. *El Costarricense*. Costa Rica, 15-10-1874, p. 4.
39. *Diario Costarricense*. Costa Rica, 11-10-1888, p. 4.
40. *Otro Diario*. Costa Rica, 13-12-1885, p. 4.
41. *La prensa Libre*, Costa Rica, 18-10-1889, p. 2
42. *La República*. 15-6-1887, p. 1.
43. González, op., cit., p. 277.
44. *El Pacífico*. 10-07-1903, p. 4.

77 MAR 2016

# 25422

45. *La Prensa Libre*. 2/05/1907, p. 4.
46. Fernández, Ricardo, op., cit., p. 386.
47. Quesada, Miguel, op., cit., p. 228.
48. *El Heraldo. Diario Republicano Independiente*. Costa Rica, 9-1-1891, p. 3.
49. Pacheco, Otoniel, op., cit., p. 46.
50. Ross de Cerdas, Marjorie. *Al calor del fogón*. San José: Editorial Cultur Art, 1986., p. 47. Aunque Macabeo Vargas no señala la fecha exacta de su visita al café de Doña Urbana, Ross lo ubica en 1880. Véase Vargas, Macabeo, *¡Oh tiempos aquellos! Antañerías*. San José: Imprenta Borrásé, 1952, p.17. Agradezco la consecución de este libro a los encargados del Jacob Museum de Zurich.
51. Vargas, Macabeo. *¡Oh tiempos aquellos! Antañerías*. San José: Imprenta Borrásé, 1952, p. 17.
52. Loc., cit.
53. Loc., cit.
54. *Ibid.*, p. 18.
55. García Monge, Joaquín. "Las hijas del campo". En: *Obras escogidas*. San José: Educa, 1978, p. 525.
56. Pacheco, Otoniel, op., cit., p. 54.
57. ANCR. *Protocolos notariales*. No. 53, t. 7, f 49, 1889-04-06.
58. Pacheco, Otoniel, op., cit., p. 245.
59. Loc., cit.
60. *El Heraldo de Costa Rica*. 16-1-1905, p. 1.
61. Echeverría Morales, Guillermo. *Breve historia del café. Como llegó a Costa Rica*. San José: Trejos Hermanos, 1972, p.85. Agradezco la referencia a mi colega y amiga, la M.B.A Gertrud Peters.
62. Loc., cit.
63. *Ibid.*, p. 86.
64. Loc., cit.
65. *Ibid.*, p. 87.
66. *Ibid.*, p. 86

67. Loc., cit.
68. Anuario Estadístico. San José, Dirección General de Estadística y Censos, 1915, p. 364.
69. Ibid., p. 452.
70. Anuarios Estadístico. San José, Dirección General de Estadística y Censos, 1915, p. 252.
71. Saavedra Hurtado, Manuel. *Gula Comercial de Costa Rica 1928-1929*. Patrocinada por la Cámara de Comercio de Costa Rica. San José: Imprenta Borrásé Hnos, 1929, p. 82.
72. Saavedra Hurtado, Manuel. *Gula Comercial de Costa Rica*. Publicación hecha bajo los auspicios de la Honorable Cámara de Comercio. San José: Imprenta La Tribuna, 1926, pp. 68-70.
73. Schivelbusch, Wolfgang. *Tastes of paradise. A social history of spices, stimulants, and intoxicants*. New York: Vintage Books ed., p. 51.
74. Marín, Juan José. "Prostitución y pecado en la bella y próspera ciudad de San José (1850-1930)". En: *El paso del cometa. Estado, política social y culturas populares en Costa Rica (1800-1950)*. Iván Molina y Steven Palmer Editores, San José: Editorial Porvenir-Plumsock Mesoamerican Studies, 1994, p. 53.
75. Secretaría de Salubridad Pública y Protección Social. *Legislación Sanitaria. 1936-37*. Imprenta Nacional, 1937, pp. 60-65., p. 62.
76. Loc., cit.
77. Ibid., p. 63.
78. Burnett, op., cit., p. 35. La traducción es nuestra.
79. Oliva, Mario. *Artesanos y obreros costarricenses 1880-1914*. San José: Editorial Costa Rica, 1985, p. 138.
80. Lehoucq, Fabrice E. "Institucionalización de la democracia: trabas y alcances en la política de la reforma electoral en Costa Rica".
81. Rodríguez Vega, Eugenio. *Los días de don Ricardo*. San José: Editorial Costa Rica, 1971, p. 113.
82. Vargas Coto, Joaquín. *Crónicas del Húsar Blanco*. San José, Editorial Costa Rica, 1994, p. 191.
83. Loc., cit.
84. Loc., cit.
85. De la Cruz, Gilberto. Entrevista. San Carlos, 18 de abril, 2002.
86. Oliva, Mario, op., cit., p. 146.
87. Fallas, Carlos Luis. *Tres cuentos*. San José: Editorial Costa Rica, 1973, pp. 80-94.

88. Acuña Ortega, Víctor Hugo. *Los orígenes de la clase obrera en Costa Rica: las huelgas de 1920 por la jornada de ocho horas*. San José: CENAP.CEPAS, 1986, p. 27.
89. Samper, Mario. "Los productores directos en el siglo del café". En. *Revista de Historia*. Heredia, (Costa Rica). No. 7 (1978). Pp. 123-217, p. 193.
90. *Ibid.*, p. 191.
91. DGEC. *Censo Comercial de 1915*. San José: Imprenta Nacional, 1916.
92. *Guía Comercial de Costa Rica, 1927*. San José, Imprenta La Tribuna, 1927.
93. Samper, 1978. op., cit., p. 192.
94. Samper, Mario, ed. *El censo de población de 1927: creación de una base nominal computarizada*. San José: Universidad de Costa Rica, Centro de Investigaciones Históricas, 1991, p. 81.
95. *Ibid.*, p. 156.
96. Quijano, Alberto. *Costa Rica ayer y hoy*. San José: Editorial Borrásé Hnos, 1939, p. 654.
97. *Ibid.*, p. 655.
98. *Loc.*, cit.
99. Samper, 1991, op., cit., p. 165.
100. Echeverría Morales, Guillermo. *Breve historia del café. Como llegó a Costa Rica*. San José: Trejos Hermanos, 1972, p. 87.
101. ANCR. Serie Policía, No. 1070, 1910.
102. *Loc.*, cit.
103. Agradezco este dato al Dr. Juan José Marín quien gentilmente me proporcionó sus anotaciones referentes a su investigación sobre la historia de la prostitución en Costa Rica.
104. ANCR. Serie Policía, No. 1989, 1889.
105. García, Monge, op., cit., pp. 506-507.
106. Marín, Juan José, 1994, op., cit., p. 53.
107. Sobre el consumo de heroína en San José en la década de 1920 en Costa Rica, véase Palmer, Steven. "El consumo de heroína entre los artesanos de San José y el pánico moral de 1929." En. *Revista de Historia*. Heredia, (Costa Rica). No. 25, (Enero-Junio 1992), pp. 29-64. Las cafeterías son lugares "para aspirar la heroína, y disfrutar sus efectos, con calma", p. 46.
108. ANCR. Serie Policía, No. 4270, f. 5, 1912.
109. *Ibid.*, f.3.

110. Ibid., f. 4.
111. Marín Juan José. "Notas varias sobre prostitución". San José: Inédito. (Agradezco al Dr. Marín el haberme facilitado las notas que ahora se reproducen y que formarán parte de una investigación que realiza y aun está en proceso).
112. ANCR. Serie Policía, No. 4270, f.5, 1972.
113. Ibid., f. 7.
114. Bersten, Ian. *Coffee, Sex & Health. A history of anti/coffee crusaders and sexual hysteria*. Sydney: Helian Books, 1999, p. 25.
115. González, Luisa. *A ras del suelo*. San José: Editorial Costa Rica, 1994, pp. 63 y 8.
116. Respecto al término "extensificación", véase, Mintz, Sidney. *Sweetness and Power*. New York: Viking Penguin Ind., 1985. Mintz, Sidney. *Tasting food, tasting freedom. Excursions into Eating, Culture, and the Past*. USA: Beacon Press, 1996. Mintz, Sidney. "The changing roles of food in the study of consumption". In: Brewer, John y Porter, Roy. *Consumption and the World of Goods*. London: Routledge, 1993.
117. Ramos Lilia, *Júbilo y pena del recuerdo*. San José: Editorial Costa Rica, 1965, p. 130.
118. Ibid., p. 130.
119. Vargas Cullel, María Clara. *Práctica musical en Costa Rica (1840-1910)*. Tesis de posgrado en historia. Universidad de Costa Rica, 2000, p. 133.
120. El consumo conspicuo es frecuente en el mundo moderno y es una de las características del surgimiento de la sociedad de consumo. Sobre este tema véase: Burke, Peter. "Res et verba: conspicuous consumption in the early modern world." In: *Consumption and the World of Goods*. John Brewer & Roy Porter, ed. USA: Routledge, 1994, p. 149.
121. Martín Barbero, Jesús. *Comunicación fin de siglo ¿Para dónde va nuestra investigación?*. <http://www.geocities.com/CapitolHill/Congress/3768/investigacion/comJMB.htm>
122. Vargas Coto, op., cit., p. 194.
123. Palmer, Steven. "El consumo de heroína entre los artesanos de San José y el pánico moral de 1929". En. *Revista de Historia*, Heredia, (Costa Rica). No. 25, (Enero-Junio 1992). Marín, Juan José. "Prostitución y pecado en la bella y próspera ciudad de San José (1850-1930). En: *El paso del cometa. Estado, política social y culturas populares en Costa Rica (1800-1950)*. Iván Molina y Steven Palmer Editores, San José: Editorial Porvenir-Plumsock Mesoamerican Studies, 1994. Marín Juan José. Notas varias sobre prostitución. San José: Inédito.
124. Slater, Don. *Consumer Culture & Modernity*. Great Britain: Polity Press, 1997, pp. 4-5.
125. García Canclini., op., cit., p. 19.
126. Berger, Peter L. Y Luckmann, Thomas. *La construcción social de la realidad*. Argentina: Amarrourtu editores, 1998, p. 216.

127. Hall, Stuart. "The local and the Global: Globalization and Ethnicity". In: *Dangerous Liaisons. Gender, Nation, & Postcolonial Perspectives*. McClintock, Anne, Mufti, Aamir, Shohat, Ella ed. USA: University of Minnesota Press, 1998. p. 174.
128. Hobsbawm, Eric. "La política de la identidad de la izquierda". En *Nexos*, 24 (agosto 1996), pp. 41-47, pp. 42-43.
129. Slater, op., cit., p. 148.
130. Perdergrast, Mark. *El café historia de la semilla que cambió el mundo*. Argentina: Ediciones B Argentina, 2002, p. 34.
131. La información sobre esta camaradería se obtuvo del guión televisivo investigado y preparado por el productor Alberto Moreno, San José, junio, 2002.

---

**CAPÍTULO 5****EL CONSUMO DEL CAFÉ Y LA IDENTIDAD  
NACIONAL DEL COSTARRICENSE  
(1840-1940)****INTRODUCCIÓN**

La nacionalidad costarricense se ha construido simbólicamente a partir de un repertorio de signos de identidad donde la producción y la exportación de café ha jugado un papel importante. Tal rol se manifiesta en las representaciones que se hacen del grano en los emblemas, escudos, billetes, monedas, pinturas, etc., que se han usado y expuesto en el territorio desde 1840, cuando se inicia el desarrollo de la actividad. Es a partir de entonces cuando se le atribuye al café la evolución económica, social y cultural del país.

En este conjunto de signos, el consumo del café no se manifiesta con claridad, por lo menos en la misma proporción en que aparece el café como producto, entonces la pregunta que surge es ¿el consumo de café constituye o no un elemento de identidad nacional?. Es sabido que el consumo es un espacio para la conformación de identificaciones sociales, es a través de la apropiación de los bienes donde los seres humanos se diferencian o se distinguen en un conjunto social, y particularmente los alimentos, son parte de la expresión de una región. No obstante, se podría proponer la hipótesis de que una nación se define más por su producción que por su consumo, por lo menos en la etapa en que se enmarca este trabajo, cuando Costa Rica está en el proceso de ingreso a la economía de mercado y cuando el desarrollo publicitario apenas emprende sus primeros pasos<sup>1</sup>.

El objetivo de este capítulo es detectar cuáles son los elementos de identidad nacional costarricense, según se ha expuesto en estudios filosófico-ensayistas, socio-antropológicos e históricos para conocer el papel que ocupa el consumo del café en este conjunto. Particularmente interesa detectar la diferencia existente entre la producción y la exportación de café y el consumo de la bebida en el proceso de elaboración de motivos de identidad nacional costarricense. Específicamente, se busca determinar el lugar que ocupa el consumo del café en el conjunto de motivos de identidad que forjan los costarricenses en el proceso de construcción de la nación.

**LA CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA**

Las personas están compuestas por múltiples identidades y roles -familiar, territorial, clase,

religión, etnia y género<sup>2</sup>, que incluso se pueden intercambiar y combinar<sup>3</sup>. Cada una de las identidades se basan en clasificaciones sociales que pueden ser modificadas y aun abolidas<sup>4</sup>, se desplazan y cambian; a su vez, al estar estrechamente relacionadas con el contexto en el cual se construyen y reconstruyen, también varían pues el contexto es cambiante<sup>5</sup>. Ese carácter móvil, sin embargo, se produce dentro de determinados parámetros “definidos por el mito, el símbolo, el valor y la memoria compartida que en cada unidad cultural de población han adoptado formas precisas en torno a estructuras políticas y sociales concretas y a tradiciones étnicas específicas, incluso allí donde éstas han sido modificadas y transformadas por las generaciones posteriores.”<sup>6</sup>

En todo caso, el proceso de construcción de un sentido de pertenencia compartido se logra a través de la creación de filiaciones, pasiones, formas de vida e intereses que aglutinen a un colectivo y les permita a sus miembros sentirse parte de un grupo que puede no conocer con certeza pero que reconoce como parte de sí.

Al tratar el tema de la identidad, se abre la discusión respecto a la relación entre el yo y el otro<sup>7</sup>. El consumo, entendido como un fenómeno social,<sup>8</sup> es un espacio donde los seres humanos se identifican y se diferencian pues las identidades dependen de lo que se posee o se es capaz de llegar a tener; a través de la selección y de la apropiación de los bienes, se define la manera como los seres humanos se integran y se distinguen en la sociedad. El consumo es un elemento central en la conformación de identificaciones sociales, pues cuando seleccionamos los bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente valioso<sup>9</sup>, es al decir de Appadurai, “la etapa durante la cual los bienes se vinculan a referentes personales, cuando dejan de ser “bienes” neutrales (los cuales pueden ser poseídos por quienquiera y identificados con cualquiera), para convertirse en atributos de seres individuales, en insignias de identidades, y en signos de relaciones y obligaciones interpersonales específicas”<sup>10</sup>.

Las identidades nacionales, no obstante advierte Calhoun, consolidan a las otras identidades grupales y personales -tales como género, familia o etnicidad- y une a los individuos con la nación como un todo<sup>11</sup>. Las identidades nacionales cumplen dos tipos de funciones que Smith agrupa en externas e internas. Las primeras se refieren al territorio, la economía y la política. Las funciones más íntimas o internas -de las cuales la más obvia es la socialización de sus miembros como “nacionales” y “ciudadanos”- sirven para indicar que la nación también provee un vínculo social entre individuos y clase para dotarlos de valores, símbolos y tradiciones compartidas. El uso de símbolos, como

banderas, sistema monetario, himnos, uniformes, monumentos y ceremonias, recuerdan a los miembros su herencia común, su afinidad cultural y exaltan su sentido de pertenencia y de identidad común.<sup>12</sup>

En resumen, las naciones son modernas, se establecen según un repertorio simbólico que al principio es único y luego más étnico y cultural, están en relaciones complejas con otras identidades, etnia, clase, región, etc.<sup>13</sup>

Así, las naciones no son solo un discurso ideológico dirigido por un grupo ideológico dominante para constituir una subjetividad subordinada, sino la expresión de una realidad compartida que aglutina a una sociedad desigual, fragmentada. Son los elementos de homogeneidad: territorio común, símbolos nacionales, lenguaje, una concepción del otro y de sí mismo... los que hacen posible la proyección de una idea de nación coherente. En tal sentido, Benedict Anderson tiene razón al señalar que la nación es una comunidad política, imaginada más que vivida, y el nacionalismo es un sentimiento<sup>14</sup>.

El antropólogo Néstor García Canclini ha sido enfático al señalar que "...ser ciudadano no tiene que ver sólo con los derechos reconocidos por los aparatos estatales a quienes nacieron en un territorio, sino también con las prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia y hacen sentir diferentes a quienes poseen una misma lengua, semejantes formas de organizarse y satisfacer sus necesidades"<sup>15</sup>, y tal satisfacción se logra a través del consumo.

## LA NACIÓN COSTARRICENSE

En Costa Rica la invención de la nación se ha asociado con varios modelos que han perdurado por más de una centuria: la idea de la pobreza, marginalidad y aislamiento de la provincia, lo mismo que la lealtad a la monarquía española, surge a fines de la época colonial. Recién iniciada la etapa postindependentista, aparece el tema del carácter excepcional y ejemplar de Costa Rica, en contraposición a sus vecinos y a otros países de América<sup>16</sup>. En la década de 1830, "Costa Rica consolidó su imagen de país de virtudes políticas: paz, orden, legalidad, armonía, prudencia y neutralidad frente a los conflictos de sus vecinos y tierra de refugio para quienes huían de la discordia que asolaba sus países"<sup>17</sup>. En esos mismo años se divulga la idea de que Costa Rica es un pueblo de propietarios industriales. Es en la década siguiente cuando se empieza a difundir la imagen de que Costa Rica estaba habitada por gente blanca y de origen europeo, asunto en el que se insiste en el decenio sucesivo y la religión católica nace como un elemento de identidad común de los sectores

populares. De modo tal que según demuestra el Dr. Acuña,

“los liberales, antes que fabricar una visión de la nación, lo que hicieron fue vulgarizar entre la masa del pueblo, una serie de representaciones ya elaboradas en el seno de las elites antes de 1870. En el periodo liberal, solo se agregó el mito de “más maestros que soldados”; se subrayó la ideología racial del carácter europeo o blanco de su población y, sobre todo, se apeló a la democracia como rasgo definitorio de la nacionalidad costarricense y se abandonó definitivamente la ilusión de resucitar la Federación Centroamericana”<sup>18</sup>.

En Costa Rica, los mitos y estereotipos han permanecido durante un largo período en mucho porque así han sido promovido desde la escuela, la iglesia, la historia oficial y la narrativa literaria. Desde muy temprano -1880- en la literatura costarricense, se teje una imagen tópica del país, “se muestra como un cuadro de inmovilidad y equilibrio en el que una familia de labriegos y propietarios subsiste pacíficamente. Bajo el imperio de la ley y el orden los miembros de esta familia se enriquecen moderadamente alrededor del cultivo del café. El espacio geográfico se reduce al Valle Central, más allá de cuyas fronteras se encuentra el mundo de lo exótico y lo ajeno.”<sup>19</sup> En este panorama, el campo, lo rural, se mira con nostalgia y se idealiza. Impera la paz social y el trabajo como valores centrales y la paz a su vez conduce al progreso<sup>20</sup>.

Durante la construcción de este conjunto de elementos, se idealizó al campesino propietario del Valle Central, los pobladores de Limón, Guanacaste y el resto del país prácticamente son desconocido en el proceso de creación de mitos. Los liberales, los historiadores y los literatos del siglo XIX y de buena parte del siglo XX, crean los símbolos considerándolos verdades sin cuestionamiento. Se refuerza la idea de un Edén de paz, progreso, hermandad y democracia, una patria de campesinos propietarios, industriosos, tolerantes, de raza blanca y pura. Esta idealización mítica es mayor aún en la época del reformismo social demócrata.<sup>21</sup>

En años recientes, el asunto de la nacionalidad costarricense ha preocupado a estudiosos de las ciencias sociales y de la literatura. Sin duda, se evidencia un cambio importante de perspectiva, se estudia un pasado ya construido dotados los analistas de un bagaje teórico y metodológico distinto, acompañado de una distancia temporal. Particularmente desde la historia, los trabajos que empiezan a surgir en la década de 1990, explican, a través de investigaciones basadas en fuentes primarias y con bases teóricas explícitas, el proceso de construcción de la identidad nacional. Se trata de investigaciones que, advirtiendo un imaginario cambiante, exploran la génesis y la evolución de los

signos de identidad de la nación costarricense<sup>22</sup>. De esta manera, el historiador Steven Palmer<sup>23</sup> señala que entre 1800 y 1880, existen variadas concepciones entre los costarricenses de la comunidad política imaginada, siguiendo la definición de Benedict Anderson pero no será sino hasta 1880 cuando surge una idea coherente y estable de nación como nacionalismo oficial, producto de las imaginaciones de los intelectuales liberales que fueron diseminadas a través de actividades e instituciones. Así, el nacionalismo oficial se apropia de narrativas, imágenes y figuras de la cultura popular reubicándolas en un discurso uniforme e ideológicamente motivado.

Entre tanto, el historiador Víctor Hugo Acuña asevera que “Steven Palmer quizás exagera cuando afirma que la identidad nacional costarricense solamente empieza a formarse en la década de 1880”, pues señala, con base en el recorrido de los términos del vocabulario político de las clases dirigentes de Costa Rica durante el período liberal- republicano, “hasta la fundación de la República en 1848, la Nación por inventar es la centroamericana, no la costarricense. Después de ese año se transfiere esa tarea a Costa Rica, pero bajo el concepto político de nación, heredado de la Revolución Francesa, tal y como había aparecido después de la independencia.”<sup>24</sup> La imagen de Costa Rica, advierte Acuña en un estudio posterior, “se construyó en el espejo de Centro América en los primeros 50 años de vida independiente, simultáneamente con la formación del Estado”<sup>25</sup>. La conciencia nacional madura cuando el desarrollo del café evidencia que el proyecto es viable pues proporciona la base material necesaria<sup>26</sup>.

## EL CAFÉ EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD

En el proceso de construcción de las señales de identidad, la producción y comercialización del café ocupa un lugar muy importante. Es mostrado por los sectores dirigentes, como un elemento de progreso, como la forma de vinculación al exterior, al mundo civilizado occidental<sup>27</sup> y tal concepción no es extraña pues el café es, por lo menos en las seis décadas que se ubican entre 1870 y 1930, el principal motor del crecimiento agroexportador de la economía centroamericana en general y de la costarricense en particular. La caficultura no solo inicia y transforma las relaciones de clase en el campo sino que también contribuye a redefinir las condiciones de interacción sociopolítica en el interior de aquellas sociedades en las que se constituye en eje fundamental de la producción y de las pugnas de poder<sup>28</sup>.

No obstante, el café, como producto, no se destaca como un elemento identitario del costarricense de manera permanente e inalterada en la centuria de 1840 hasta 1940, en su lugar, hay

momentos donde se acentúa con mayor claridad, precisamente en contextos políticos y económicos cambiantes. Es entonces cuando la presencia del café se dibuja en monedas, escudos, billetes y en la literatura y en la historia que se escribe y que se enseña.

Las monedas en particular, además de tener la función de servir como medio para la adquisición de bienes y de servicios, constituyen un vehículo signico de las coyunturas políticas y económicas de estados y de naciones<sup>29</sup>. Las características de las monedas tienen como objetivo materializar los ideales de los diversos proyectos políticos y en Costa Rica, por ejemplo en 1839, Braulio Carrillo, tras reorganizar la Casa de la Moneda, decide incorporar “un árbol que figure al del café” en la moneda de oro y “al de tabaco” en la moneda de plata<sup>30</sup> además, variar en las monedas los elementos que se relacionaban con la Federación Centroamericana, cuyos lazos habían sido disueltos. En ese momento y a pesar de que no será sino hasta 1842 cuando se acuñan las monedas propuestas por Carrillo, el café se evidencia ya como una alternativa económica y Carrillo es uno de sus promotores. El café y el tabaco, son los dos principales productos de exportación, elementos que, en tanto fuentes de riqueza, se destacan en las monedas, que son objetos de circulación masiva. La rama de café con sus frutos, se realza en la parte inferior del reverso de la moneda de dos reales que se muestra en la foto 5-1, bajo el escudo que por regla general se graba en las monedas. En 1847 se emite una moneda de un real que tiene al anverso un árbol de café al centro y en la circunferencia la leyenda “Reformas Proclamadas el 7 de junio de 1846”, y en el reverso un grabado del “rostro de una joven india” al centro y en la orla la inscripción “COSTA RICA A LA CONSTITUCIÓN DEL 21 DE ENERO DE 1847”<sup>31</sup> Una cantidad de estas monedas las destina el gobierno para ser repartidas entre la gente del pueblo a través de los curas. Las monedas, como señala la crónica de los festejos cele

brados en San José en 1847, contienen emblemas mostrativos de las reformas proclamadas. Para entonces evidente que existe un interés de parte de la cúpula tica y/o económica, de acentuar el café, que es parte del bio pero también el que facilita el cambio y no es extraño, exportación está en franco crecimiento y los hombres ulados al negocio destacan la importancia del producto a és de la representación en las monedas que se usan al rior del territorio. Costa Rica, como estado, empieza a

Foto 5-1



asociarse al café.

Esta asociación se expresa con más claridad en los años siguientes. Aunque el grano no forma parte de las exposiciones internacionales ni en 1892 ni en 1897, si se degusta café en la exposición universal colombiana de Chicago, efectuada en 1893 y a la que acepta participar el gobierno costarricense. En esa actividad, los elementos de identidad del costarricense que se destacan son la fertilidad de la tierra y el carácter agropecuario del país pero se enfatiza en la degustación de los productos que ocupan los primeros lugares en las exportaciones nacionales y el café se posesionó en un lugar muy importante<sup>32</sup>. Se trata del momento en el que la producción del grano está en expansión y la exportación tiene una tendencia al alza. No obstante, los precios pagados por el producto costarricense en 1901 fueron del 50% menos que los de 1894 y al mismo tiempo, Costa Rica padece su primera crisis monetaria<sup>33</sup>. Esta situación, que tarda por lo menos un quinquenio, explicaría la insistencia del Presidente Ricardo Jiménez en 1904 de colocar en el escudo de la ciudad de San José, “dos ramas de café en fruta entrelazadas, por haber sido San José la cuna de este cultivo”<sup>34</sup>, pues de esa manera, el café volvería a emerger en el imaginario colectivo y podría conducir a ampliar su siembra en el sector josefino, la tierra más adecuada para su producción.

La presencia del café en el escudo de San José y no en el de otra provincia, indica que el grano se usa como parte del símbolo que recuerda a los josefinos su sentido de pertenencia local. Pero, el café desde 1848, está representado en el escudo nacional. En la parte inferior caen dos

canastos con rojos granos de café sobre el final de la bandera que rodea el escudo (véase foto 5-2). A partir de 1906, sus granos dorados - el grano de oro- se expone como marco de ese emblema, por tanto, el café es un elemento importante en la representación de la identidad de la comunidad imaginada que será la nación costarricense.

Por otra parte, el 23 de julio de 1900, el Presidente de la República Rafael Yglesias Castro, en virtud del nacimiento del siglo XX, rubrica el acuerdo de publicar “una Revista comprensiva de estudios referentes al desarrollo y progreso intelectual, moral y material de la República, durante el

presente siglo”<sup>35</sup>. Para tal efecto se organiza una Comisión compuesta por varios intelectuales que



se encargarían de buscar los recursos para financiar la publicación. Efectivamente, en julio de 1902 circula la revista "Costa Rica en el siglo XIX" cuyo objetivo, según su editor Francisco María Iglesias, era "contribuir... al cumplimiento de una empresa que, aunque deficientemente realizada, contribuirá á llenar un gran vacío en los anales del país y á dar buen nombre á la República..."<sup>36</sup> La idea es incluir en un solo tomo, datos que estaban dispersos referentes a la historia de Costa Rica, de manera que se incorpora en esta edición una monografía de la población del país en el siglo XIX, una historia de la Iglesia, otra de la higiene y una serie de cuadros de costumbres. El café no tiene una mención especial, al contrario, prácticamente está ausente pero las fotografías que acompañan los textos son diferentes vistas del patio de café de la Hacienda de H. Tournon y Cía, ubicada en San José, posiblemente se trata de una de las empresas que financió la obra.

En todo caso, los editores prometieron en el preámbulo que saldrían dos números más de la revista, donde los temas principales serían la legislación, la beneficencia, la policía y la agricultura, industria y comercio entre otros. Posiblemente esto explica la ausencia del café en el primer tomo. Lo cierto es que en los artículos de este número se destaca la sencillez del costarricense, su mansedumbre, su carácter pacífico, democrático, igualitario, religioso y mayoritariamente blanco.

Dieciséis años más tarde, se publica "*El libro azul de Costa Rica*" que tiene por objeto "dar a conocer a los capitalistas, turistas y hombres de empresa del exterior, las excelentes condiciones de Costa Rica para empleo provechosamente remunerador del dinero y del trabajo..."<sup>37</sup> Incorporan entonces asuntos comerciales, agrícolas, geográficos, de obras públicas y turísticos, entre otros. El café ocupa un sitio central en la publicación particularmente en las ilustraciones. Buena parte de las páginas se destinan a imágenes de pasajes de los cafetales de los mayores cultivadores, patios de secado, beneficios, maquinarias y fotografías de los principales cafetaleros. El café se destaca como la industria agrícola más importante del país y se enfatiza en que se trata de un negocio que asciende sin contratiempos pues, advierten "terrenos buenos para café hay en abundancia; según las localidades se puede conseguir desde \$20 oro hasta 100, la hectárea y plantarse y asistirse hasta la primera cosecha al cabo de 3 o 4 años por \$70.00 oro, de este gasto el mayor es el almácigo \$30.00 oro, que sería menor cuidándolo uno mismo. Las plantaciones de café bien asistidas duran hasta 60 años en completa producción..."<sup>38</sup>

Los editores señalan sin miramientos que una de las condiciones más favorables del país "que le dan condición excepcional, superior a la de muchos pueblos [es] ... su elemento étnico, ... la raza

[blanca] que constituye el conjunto total de su población, raza selecta como pocas podrán hallarse”<sup>39</sup>, por esa razón y para verificar esta afirmación, incluyen “retratos... tomadas de los habitantes de todas las regiones de la República”. Las fotografías corresponden a damas y caballeros pertenecientes a las familias económicamente más prósperas y efectivamente, su piel es evidentemente clara.

En la década de 1930, cuando la gran depresión económica finalmente causó una rápida caída sin precedentes en los precios mundiales del café, Costa Rica estaba en una posición muy vulnerable. El café representa entonces más de la mitad de todas sus exportaciones y un 25% de la población total del país vive en las fincas de café. En ese momento, el café se destaca en diversos objetos - billetes, monedas, boletos de haciendas y en el escudo nacional- de uso popular y el Instituto de Defensa del Café se encarga de idear y promocionar el café. No es casual que el periódico *La Tribuna*, bajo los auspicios del Ateneo de Costa Rica, organice en 1932 los juegos florales con el objetivo de lograr que la población participe en el rescate de las obras literarias, artísticas y científicas referentes al café<sup>40</sup>. Parte de lo recogido se plasma luego en dos suplementos del periódico *La Tribuna*, de circulación nacional que se titulan “Homenaje al café de Costa Rica” publicados en 1933 y 1934 y auspiciado en buena medida por el recién creado Instituto de Defensa del café. En estas páginas no solo se describen cerca de medio centenar de fincas cafetaleras sino que además se incorporan textos históricos y literarios referentes al café, señalado entonces como “nuestro producto nacional”<sup>41</sup>. El propósito de los editores es que a través de un recorrido por la siembra, la historia, la literatura y la preparación del café, exista “un mejor conocimiento de nosotros mismos”<sup>42</sup>, tanto que su trabajo periodístico se considera un “un deber nacionalista” y su propósito principal, es resumido de la siguiente manera:

“El beneficio positivo que este trabajo representa en su aspecto de propaganda en favor de la industria nacional, se comprenderá al considerar que el propósito de los editores es hacerlo circular como método y eficiencia en los principales centros donde se consume el café de Costa Rica.”<sup>43</sup>

Lo cierto es que en esos textos se exponen con claridad el carácter simbólico del café en esa coyuntura. Ahora el café no solo es el grano de oro sino además el responsable del bienestar y por ello de la paz del costarricense. Producirlo, procesarlo, empacarlo, venderlo y tomarlo, es un acto heroico y lo ejecutan quienes aman la patria. En los relatos históricos que se recopilan, particularmente en el elaborado por el Licenciado Luis Felipe González Flores, el café es expuesto

como el responsable del desarrollo del país, tanto que en “las diferentes actividades culturales [el café constituye] el eje alrededor del cual ha girado toda la vida nacional de la última centuria [1830-1935]”<sup>44</sup>. Gracias al cultivo y comercialización del café, llegan al país distinguidos inmigrantes europeos, evolucionó el arte de la construcción, cambió el mobiliario, “la agricultura y la industria agrícola se transformaron...”, la forma de vestir del costarricense, se construyeron nuevos y mejores edificios, los jóvenes nacionales salen a estudiar al exterior trayendo nuevos conocimientos, se desarrolla la cultura artística, surgen sociedades comerciales, en resumen “este período se caracteriza por la influencia europea en todas nuestras actividades culturales. Nuestro desenvolvimiento científico, educacional, artístico, industrial, está íntimamente ligado al desarrollo que alcanzaron nuestras relaciones en el extranjero y al contacto con la civilización europea”<sup>45</sup>.

Todavía en la década de 1940, los antropólogos John y Mavis Biesanz advierten que la mayoría de los costarricenses se refieren “al café con gran respeto, y por todas partes aparecen orgullosas alusiones a él. Los productores de café que manejan el país naturalmente lo consideran un “grano de oro”, y esta idea se ha propagado hasta el punto en que se cree realmente que el café es el recurso indispensable del país.”<sup>46</sup> Y tal actitud no es de extrañar, los mismos estudiosos advierten que entonces el café encausa las vidas de miles de personas, sus rutinas diarias, incluso el ciclo anual, en el cual el trabajo, la recreación, los gastos y su alimentación dependen de las épocas del café y de su precio. Cierto es también que su investigación demuestra que existe una idea romántica del café que se refleja en poemas, relatos, pinturas y dibujos alusivos al grano y a la exportación del producto. Incluso, en la Escuela, se usan referencias al café en los textos que sirven a los niños para aprender a leer. Por ejemplo, “el tercer grupo de frases que aprende el niño en el primer grado de la Escuela... [dice] “Yo tomo café todos los días”<sup>47</sup>.

Aunque el café, como producto, alimenta escasamente la literatura costarricense del siglo XIX, en el Suplemento que publica el periódico *La Tribuna* se destacan poesías y cuentos que hiperbolizan el café. Llama especialmente la atención la poesía titulada “Apología” del escritor costarricense Manuel González Zeledón. En esta pieza, el autor asemeja el café con lo divino, con lo sagrado, con la salvación. El texto a la letra dice:

*“Apología*

*Bendito seas café, nuestro tesoro!  
Hoy la vida nos das entre tu grano;*

*Que han hecho rico al laborioso aldeano  
 Tus resonantes cascabeles de oro!  
 Eres deleite que la boca anhela;  
 Tu das al cuerpo audacias y vigores  
 Que le restan fatigas y sudores  
 Y mitigas el sueño de quien vela;  
 Tu devuelves sosiego y esperanza  
 A quien gime con alma entristecida  
 En los grandes pesares de la vida  
 Cuando su ideal a conquistar no alcanza.  
 Eres fuerza, que el rayo de los cielos  
 En tu grano cuajó cuando naciste;  
 Bálsamo eres que al mísero y al triste  
 Alivias su dolor y sus anhelos.  
 Del Oriente viniste, como vino  
 Jesús el Grande, el Redentor Divino.*"<sup>48</sup>

En las artes plásticas no hay expresiones cuantiosas sobre el café. La pintura más destacada es la composición de un italiano, no de un nacional, que incluso elabora el cuadro en su país natal, no en Costa Rica. Al cabo del siglo XIX, en 1897 el italiano Aleardo Villa -J. Villa firma en la obra-pinta un cuadro titulado "Alegoría" que se conserva en el Teatro Nacional y que forma parte de la decoración del Teatro. Representa su composición una bucólica escena en la que una multitud de personas de semblante feliz reciben o despiden un barco y se hacen cargo de su variado cargamento, compuesto fundamentalmente de café y banano. Esta "Alegoría" se publica a partir de 1981 en los billetes de cinco colones (véase foto 5-3). No obstante, esa no es la única ocasión en la que un billete tiene una ilustración referente al café de Costa Rica; en 1936, por primera vez, el papel moneda por un monto de cinco colones, inserta en su espacio derecho una fotografía de tres mujeres en un cafetal con sus respectivos canastos (véase foto 5-4). Llama la atención que en ningún billete anterior a ese año, el café sea parte de la ilustración. No indica, sin embargo que hasta entonces el café sea o no



parte de la identidad costarricense. Posiblemente lo es desde principios del siglo XX, en San José y en otras partes del territorio nacional, en particular de las zonas de cultivo, pero lo cierto es que la coyuntura de crisis de los años de 1930, conduce a los conductores de "la nación" a promocionar el

producto como un elemento de identificación.

En el decenio de 1930, en los momentos más álgidos de la crisis, el café se manifiesta en el arte. En 1932, Julio Solera Oreamuno pinta un óleo, que llamó “Café de Costa Rica” y que fue expuesto en Zürich, en el Johann Jacobs Museum durante los años 2000 y 2001. En la pintura se destaca una seductora mujer blanca, de

Foto5-4



Billete de cinco colones 1936  
Fuente <http://www.guiscostarica.com/historia.htm>

larga cabellera, envuelta en una bandera de Costa Rica y con un sombrero acostumbrado durante el período napoleónico, como se aprecia en la foto 5-5, ofreciéndole una taza de café, en recipiente de fina porcelana, a un extranjero<sup>49</sup>. Se trata, como se ha mencionado, de una coyuntura de crisis económica; vender el café a los mercados, en especial a los europeos, resulta una necesidad imperiosa para la economía costarricense.

Las creaciones, ya se ha indicado, son invenciones que se desplazan de arriba hacia abajo en la pirámide social, con el fin de mantener las condiciones necesarias para el crecimiento de los que se ubican en la cima, y tales artificios exaltan el sentido de pertenencia y de identidad común cuando los distintos grupos de individuos se apropian de ellos.

## EL CONSUMO DEL CAFÉ Y LA IDENTIDAD

No obstante el consumo del café ocupa un lugar distinto en el proceso de construcción del sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses, no forma parte del repertorio de signos de identidad nacional. Aunque el consumo en general es central para las prácticas significantes de la

Foto 5-5



Café de Costa Rica. Óleo sobre tela. Julio Solera, 1932.

vida diaria en el mundo moderno<sup>50</sup> y es la etapa en la cual los bienes se convierten en atributos de seres individuales, en insignias de identidad<sup>51</sup>, no es posible afirmar que el consumo del café constituya un elemento identitario del costarricense. El consumo del café en Costa Rica, una actividad cotidiana, se percibe como parte de la vida diaria, como inminente al ser, quizá por ello no nutre profusamente la literatura nacional ni se expone como elemento característico del costarricense a través de la pintura o de otras expresiones artísticas durante el siglo XIX que es precisamente cuando surge y se expande el consumo; es parte de su vida como lo es su vivienda, su satisfacción fisiológica diaria, como dormir, levantarse, conversar, existir. Se trata de un hábito, de una costumbre arraigada pero no es un elemento que diferencia al costarricense del colombiano, del brasileño, o del cubano o guatemalteco o de cualquier ciudadano de un país productor. Quizá lo que resulta distinto es la forma como se prepara el café, las ocasiones en las cuales se ingiere o la compañía con la que se comparte o los utensilios en los que se sirve o los alimentos que lo acompañan.

Lo cierto es que se trata de un proceso cambiante. En las primeras décadas del inicio del consumo, el café se combina con el dulce, o sea el sistema de infusión se efectúa con agua ya endulzada. Se acompaña de platillos tradicionales elaborados a base de maíz, carne de res y verduras que se cultivan en las diferentes regiones. Se toma en casa, al lado del fogón, al amanecer y a media mañana y luego a media tarde. Por lo general no se ingiere en la noche. Entrado en siglo XX, a diferencia de lo que ocurre en los años anteriores, se toma en los momentos intervalo que indican los patronos, en las zonas urbanas, o en los descansos que se efectúan en el campo. Es un café de calidad muy cuestionable. Ya para entonces está presente en la mayoría de los sitios de venta pública de alimentos.

En las casas campesinas de la década de 1940, la mujer empieza las labores diarias a las cuatro de la mañana, y su primera actividad es tostar y moler el café que ha obtenido de las matas de su patio o de las alforjas que su marido llena los domingos. Una vez logrado un polvo fino, lo incorpora en una bolsa de franela, a través de la cual echa agua para obtener un líquido negro y espeso que será servido, en el mejor de los casos, si se cuenta con una vaca en el solar, con leche<sup>52</sup>. Ya la infusión no se hace con tapa de dulce incorporada al agua que se hierve previamente. El café se degusta acompañado de tortillas, tanto al desayuno como a las dos de la tarde, en el momento del descanso o del regreso del esposo.

En las familias con mejores condiciones económicas, el café se compra en el mercado ya

tostado y molido y se ingiere junto con pan con mantequilla y frutas adicionales en la primera comida de la mañana, y en la tarde, se sirve "...con queque o con pasteles de queso o de maíz"<sup>53</sup>.

En 1960, los antropólogos Mavis Hiltunen de Biesanz, Richard Biesanz y Karen Zubris de Biesanz<sup>54</sup>, insisten en la frecuencia con que el café es consumido por los costarricenses, particularmente entre los sectores campesinos o los grupos populares. Advierten que en su monótona dieta basada en frijoles, arroz y tortilla, no falta el café "fuerte" y "negro", esto es, sin leche, con grandes cantidades de azúcar. Indican que "el desayuno y la cena son livianos, el almuerzo pesado [en ninguna de las cuales por lo general falta el café]. Además, los ticos comen bocados y toman refrescos o café en intervalos frecuentes."<sup>55</sup> Las mujeres, que son quienes tienen la obligación, por costumbre de realizar las labores domésticas, preparan el café chorreando "...agua en una bolsa que contiene café en polvo, quizá de su propio cafetal, y se sientan a saborear una taza de café tinto endulzado con varias cucharadas de azúcar blanco o de miel de tapa de dulce preparada en la casa."<sup>56</sup> El principio básico de la preparación no varía: se tuesta, se muele (o se compra tostado y molido) y se sigue el sistema de infusión para obtener el líquido. Lo cierto es que el procedimiento y la manera de combinarlo con ciertos alimentos más la adición cuantiosa de azúcar, es la forma como se distingue la costumbre costarricense de la de otras naciones donde también el café es muy frecuente.

Láscaris<sup>57</sup>, desde la su percepción, advierte que una de las características comunes de los costarricenses en la década de 1960 es la ingesta de grandes cantidades de café. Entonces, el café es una bebida frecuente entre los costarricenses y la consideran un alimento. Tanta es la ingesta, que especula Láscaris que "la mitad de los costarricenses (estadística que no tiene ninguna base experimental...) desayunan café, almuerzan café y toman café a las tres de la tarde. Y es muy frecuente ver tomar café al anochecer, "...para dormir bien. Y conozco bastantes personas de edad, que solo se alimentan de café"<sup>58</sup>. En otros términos, las cantidades de café que se ingieren, la forma de prepararlo a través de método de infusión, más la mezcla de café con buena cantidad de azúcar y sin leche, es lo que distingue a los consumidores costarricenses de café de otras partes del mundo.

La investigación de los antropólogos más las descripciones de Láscaris, señalan variaciones tanto en la elaboración del café a través del tiempo como en los momentos de su consumo. Para la década de 1960, el dulce antes de la infusión, no se utiliza pero se usa para endulzar la bebida. Los momentos de ingesta también cambian. Mientras al inicio de la expansión del consumo se toma particularmente en las mañanas, en la sexta década del siglo XX se consume a cualquier hora del día;

se convierte en la bebida del momento de descanso, aun del esparcimiento nocturno. Los platillos típicos varían; el arroz y los frijoles son parte obligada de la dieta en 1960, por tanto, son esos alimentos los que acompañan el café entonces.

Tradicionalmente se habla de la evolución del arte culinario en términos de progreso y las transformaciones son atribuidas a la llegada de nuevos productos, a la aparición de nuevos instrumentos y a la creación de nuevas recetas pero aunque todos estos elementos deben ser considerados en el caso del café, también es verdad que hay que relacionar su historia con las transformaciones en los gustos que no necesariamente ha seguido a los inventos culinarios sino que en ocasiones los han precedido y favorecido<sup>59</sup>. La mezcla del café con dulce podría explicarse en tanto se había desarrollado el gusto por el consumo de aguadulce desde la época colonial, pues el café, que está al alcance de la mano, aun más que el mismo dulce y que además tiene efectos estimulantes similares al chocolate, una bebida cada vez más difícil de conseguir, tiene un sabor más amargo al paladar que ambas, el dulce y el chocolate; por tanto, los consumidores simplemente adaptan su gusto a la nueva bebida a través de la mezcla de dulce con café, primero y luego, le adicionan la leche. Este último líquido se usa en el chocolate desde mediados del siglo XIX en España y los pobladores de la Península Ibérica que ingresan al país, incorporan el hábito a las costumbres costarricenses. Posiblemente luego la adición de leche al café sea la forma como se articula la forma de ingerir el chocolate con la manera como se toma el café.

## ALIMENTOS E IDENTIDAD

Los artículos de procedencia animal o vegetal que el ser humano usa para satisfacer sus necesidades fisiológicas y la forma como se prepara y las circunstancias que rodean tanto la preparación como el consumo -en tanto ritual- son consideradas un símbolo natural o un signo pues se otorga a la comida un carácter que excede los componentes orgánicos por los que están constituidos y de una dimensión que rebasa el ámbito material. Los alimentos están dotados de significados socio-culturales, económicos, históricos, idiosincráticos o comunicativos. En términos de Ronald Barthes, las comidas "no son solo una colección de productos que pueden ser usados para estudios estadísticos o nutricionales, son también y al mismo tiempo un sistema de comunicación, un cuerpo de imágenes, un protocolo de usos, situaciones y creencias."<sup>60</sup> La comida no se elige solo por moda, ella resume y transmite una situación, dispone una información en sí misma, así por ejemplo, la práctica de compartir alimentos constituye un vehículo para transmitir mensajes de alegría,

solidaridad, amistad, afecto, pero también puede caracterizar tópicamente a una región con determinado platillo, así los chinos con el arroz, los italianos con la pasta, los alemanes con la salchicha, los japoneses con el sushi. Estas nociones que vinculan el origen geográfico con una cultura gastronómica, aun admitiendo su naturaleza reduccionista, les permite representar comunidades humanas, distinguiendo las ajenas de las propias y además dotan a esta última de rasgos diacríticos que le confieren singularidad y exclusividad frente a otras. En este proceso, el alimento adquiere la función de construir o revitalizar los lazos sociales establecidos en un grupo y de demarcar el territorio real o imaginario que este ocupa frente a sus vecinos. En Francia, por ejemplo hay cientos de sopas de cebolla, pero lo que le otorga originalidad y distinción es la forma como se prepara - tiempo de cocción, ingredientes adicionales, forma de introducir los diferentes elementos, etc.- la manera como se sirve, el momento y el estilo como se come<sup>61</sup>.

El consumo de alimentos en general, constituye una reproducción cultural. Los alimentos se combinan y se preparan en formas específicas, de acuerdo con los códigos culinarios de cada sociedad. De hecho para que la comida tenga un efecto "socialmente integrador en un país [o comunidad] necesariamente deben existir si no una cocina nacional, al menos algunos platillos que hagan sentir al consumidor que forma parte de la comunión culinaria nacional"<sup>62</sup>. Entre los sectores populares costarricenses, el café se sirve en jarro o jícara y se combina con platillos particulares: biscochos, tamales, tortillas, etc. Entre la elite, quizá se acompaña de otro tipo de alimentos y es servido en tazas de fina cristalería importada y en mesas cubiertas con manteles de tela. En efecto, según advierte Appadarai, el consumo toma lugar dentro de rituales de sociabilidad -cuando se come y con quien, los utensilios que usa y la etiqueta que sigue. En resumen, la actividad de consumir alimentos no involucra solo la reproducción física, sino también una reproducción cultural. Conocer y usar los códigos sobre la forma de preparar los alimentos y la manera de servirlos e ingerirlos en una determinada sociedad, significa reproducir la etnicidad y su propia identidad como un miembro de esta. Incluso los productos del todo efímeros, como los alimentos ofrecidos en una fiesta, perduran no por ellos sino por las relaciones sociales creadas por ellos, las que a su vez son responsables de la reproducción de bienes comestibles<sup>63</sup>.

Efectivamente, los ingredientes y los procedimientos que se siguen para elaborar las comidas, son elementos que permiten establecer identidades distintivas. Los componentes son la naturaleza de los alimentos, el tratamiento culinario, el menaje y el utillaje usados en el proceso, el espacio

dedicado para cocinar y para consumir, la distribución temporal de las comidas y las motivaciones extrafisiológicas para la reunión de la comensalidad.

La comensalidad, el acto de consumir y compartir los alimentos con otros, rebasa el sentido biológico y adquiere connotaciones gastronómicas, festivas, religiosas, identitarias o sociales y la comida consumida se reviste de una envoltura cultural. Al ser un fenómeno con una dimensión preferentemente social, implica todas las esferas de la actividad y de la comunidad: producción, reproducción, identidad, política, ritualidad, simbolismo, recreación y cultura.

En el mismo sentido, Appudurai señala que “lo que caracteriza al consumo de alimentos en un contexto festivo es la transformación -minúscula y muy importante, dependiendo de la naturaleza de la ocasión- que produce en las identidades sociales de los participantes en la transacción involucrada: anfitrión- invitado, alimentador- alimentado. Desde el punto de vista analítico, esta transformación es completamente diferente de cualquier proceso metabólico simultáneo relacionado con los artículos alimenticios... El consumo no se distingue del intercambio porque aquél contenga una dimensión fisiológica del producto consumido a la identidad personal y social del consumidor...”<sup>64</sup>

No hay duda de que el café es un elemento de sociabilidad, es un mediador en la construcción del sentido de pertenencia compartido entre los costarricenses, pero es también verdad que tal papel lo pudo haber cumplido el chocolate en la época colonial o el aguadulce. Sin embargo, el café se expande con prestancia, particularmente en las regiones productoras y captura los ritmos de alimentación diaria y los momentos intervalo; de manera tal que se instituye como el mediador de prácticas de sociabilidad por excelencia, acompañado por alimentos frecuentes en la dieta de los costarricenses: tortillas, pan casero, luego gallo pinto (arroz y frijoles mezclados) y biscochos. Se toma en jícara primero, como se hacía con el chocolate, luego en utensilios de lata y en sitios más sofisticados, en vajillas de cristal o porcelana. Se ofrece en las actividades sociales más importantes de la comunidad, sean estas religiosas o seculares. Allí el café que se comparte, adquiere connotaciones particulares. Los anfitriones, a través de la oferta, evidencian afecto, estima, complacencia, amistad, etc.

La identidad comunitaria se construye en las rutinas diarias, en las relaciones afectivas, en el uso personal y grupal del espacio, en el uso del tiempo asociado a la forma de vivir, en las tradiciones religiosas, en los ritos, las fiestas, en los sistemas simbólicos presentes en la preparación de los

alimentos, en las ceremonias de nacimientos o muertes, en los códigos de hostilidad o de cercanía, en la música, en el modo de usar los objetos, en las formas de intercambio, en fin, en la vida cotidiana<sup>65</sup>. El café, se ha insistido, forma parte de la vida cotidiana del costarricense desde la cuarta década del siglo decimonónico y está presente en cada una de sus actividades diarias, por tanto es un elemento de sociabilidad que colabora en la construcción identitaria costarricense.

Entre tanto, las cafeterías, sitios que llevan el nombre de la bebida principal del establecimiento, son lugares donde los lazos de sociabilidad que se establecen permiten el intercambio y la construcción de procesos identitarios. Ya se ha mencionado que al ser el café un elemento de sociabilidad, facilita la interacción entre los grupos sociales conduciendo a la construcción de identidades colectivas y/o individuales que podrían consolidarse en identidades nacionales, siguiendo la propuesta de Calhoun. La sociabilidad colabora para adecuar a los miembros de una comunidad a una forma de vida particular, para adquirir un sentido de pertenencia e identificación, para que los miembros del grupo asuman gramáticas axiológicas y escalas valorativas relativamente uniformes o, por lo menos, con un consenso en sus aspectos esenciales<sup>66</sup>.

---

## CONCLUSIONES

El consumo de café estimuló y a su vez fue parte de los cambios en la "la dieta". La dieta es una categoría cultural. La congruencia de los patrones dietéticos y sus sociedades revela la manera en que se sostienen las formas culturales por la actividad constante de los que acarrearán esas formas, cuyos comportamientos las actualizan y encarnan. Es importante considerar, como señala Mintz, que "los cambios radicales en las dietas en los últimos trescientos años se han logrado en gran medida por presiones revolucionarias del procesamiento y el consumo, así como añadiendo nuevos alimentos, en vez de limitarse a reducir los antiguos"<sup>67</sup>.

Los significados son históricamente adquiridos -surgen, crecen, cambian, mueren- y son específicos de la cultura -donde sus significados relevantes son conocidos para los participantes-, así como arbitrarios porque todos son símbolos. De esta manera el consumo del café cambia de significado con el tiempo. Al inicio de su ingesta pudo ser un acto de emulación o simplemente la satisfacción del deseo de adquirir una bebida caliente y estimulante que brinda la energía necesaria para llevar a cabo las labores, luego pasa a formar parte de los ambientes festivos y de las actividades sociales, su significación varía y servir café significa hospitalidad y la hospitalidad significa el respeto por uno mismo y el respeto por uno mismo es a su vez conocer el lugar que ocupa en el sistema de clases. Luego, el café se asocia con la imagen de descanso y relajación -momentos intervalos del trabajo, reposo hogareño...-. ¿el café pasa de ser una sustancia a ser una circunstancia?

Ningún símbolo tiene vida propia y, aunque carezca de cualquier conexión intrínseca con otros símbolos, puede viajar junto con ellos a lo largo del tiempo, reforzándose mutuamente por las "señales" que crea su presencia. Así como se podrían rastrear los símbolos hasta un pasado en el que no se encuentran asociados el café y el dulce por ejemplo, -al inicio se prepara el café con tapa de dulce- puede también llegar el momento en que sus asociaciones sustantivas se disuelvan o sean invalidadas por uno u otro cambio, como el chocolate y sus significados comparten el espacio, en tanto hábito, con el café.

Es sin duda importante tener presente que los cambios en los patrones dietéticos y su consumo no son azarosos o fortuitos, sino consecuencia directa del impulso que se crea en la economía mundial. La producción de café en Costa Rica como producto de exportación, coloca el grano a disponibilidad del público, pero cuando las condiciones varían debido a situaciones internacionales o internamente por el papel y el control de la actividad -en la que intervienen los

productores y beneficiadores y el gobierno-, la disponibilidad no es tan frecuente pero la costumbre se arraiga. En otros términos, los factores de producción, comercialización, promoción y distribución del producto son elementos indispensables para conocer la génesis y el desarrollo del consumo del café en el país. Es por ello que creemos como Roche<sup>68</sup> que no se puede oponer la producción y el consumo, la dimensión económica y la distribución social, o como bien lo señala Burguière<sup>69</sup>, la evolución de los comportamientos alimenticios, en este caso el café, no puede analizarse distanciada de la historia económica, la historia social y la historia cultural.

Las posibilidades de consumo, a su vez, son variables y cambiantes en tanto invenciones que se crean en un momento determinado. Los alimentos, dentro de la gama de opciones de consumo, pueden identificar a una región sin embargo, en la definición de la identidad nacional hay elementos más fuertes en tanto identificadores de un conjunto social: la lengua, el territorio, la religión, etc. Se agregan sin duda otros rasgos simbólicos, como la música, los bailes, los alimentos, pero no son apropiados por el grupo de la misma manera en que se asumen y reproducen los otros mencionados. Quizá porque la música, el vestido "típico", la comida y los bailes, pueden ser coincidentes con otras naciones, como lo es el café, pues se toma en Costa Rica igual que en Brasil, Colombia o Cuba.

Lo que resulta evidente es que el consumo del café no ha sido construido simbólicamente en el repertorio de signos de identidad de nación costarricense, mientras que el café, en tanto su siembra y su exportación, ha merecido un lugar de privilegio en ese proceso.

1. Sobre la historia de la publicidad, véase Vega Jiménez, Patricia. *De la imprenta al periódico. La evolución de la comunicación social impresa en Costa Rica (1821-1850)*. San José: Editorial Porvenir, 1995.
2. Para más detalles sobre este tema, véase: Smith, Anthony. *National Identity*. USA: University of Nevada Press, 1993, p. VII. En un artículo posterior, Smith advierte tres conceptos de nación: un concepto civilista -unidad territorial y comunidad política que reside en su propio territorio histórico- un nacionalismo étnico -se propone crear naciones a partir de etnias preexistentes- y el concepto pluralista de nación -el Estado nacional está compuesto de comunidades culturales diversas que se mantienen unidas por la acción de una cultura pública-. Smith, Anthony. "Tres conceptos de nación". En: *Revista de Occidente* (1994), pp. 7-22.
3. Hobsbawm, Eric. "La política de identidad de la izquierda". En: *Nexos*. 224 (agosto 1996), pp. 41-47, p. 42. Véase también *Ibid.*, "Inventando tradiciones". En: *Historias*. No. 19 (octubre-marzo 1988), p. 43.
4. Smith, 1993, op., cit., p. 4.
5. Hobsbawm 1988, op., cit., p. 43.
6. Smith, 1994, op., cit., p. 20.
7. McClintock, Anne; Mufti, Aamir; y Shohat, Ella, Ed. *Dangerous Liaisons. Gender, Nation, & Postcolonial Perspectives*. USA: University of Minnesota Press, 1998, p. 40.
8. Entendemos por consumo el proceso de apropiación de los objetos donde las necesidades y los deseos se convierten en objetos y valores.
9. García Canclini, Néstor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo, 1995, p. 19.
10. Appadurai, Arjun, ed. *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Grijalbo, 1991, p. 146. La identidad, aseguran Berger y Luckmann, "se forma por procesos sociales. Una vez que cristaliza, es mantenida, modificada o aun reformada por las relaciones sociales..." Berger, Peter L. Y Luckmann, Thomas. *La construcción social de la realidad*. Argentina: Amarrourtu editores, 1998, p. 216. Pero más allá, Stuart Hall manifiesta que la identidad es siempre una representación estructurada que logra su positivo solo a través del estrecho ojo de lo negativo. Hall, Stuart. "The local and the Global: Globalization and Ethnicity". In: *Dangerous Liaisons. Gender, Nation, & Postcolonial Perspectives*. McClintock, Anne, Mufti, Aamir, Shohat, Ella ed. USA: University of Minnesota Press, 1998. p. 174. En el mismo sentido, Minh-ha dice que tratar la cuestión de la identidad es reabrir la discusión sobre las relaciones entre el yo y el otro y en el campo de las relaciones de poder. Así, la identidad entendida en el contexto de una cierta ideología de dominación, es una noción que se asienta sobre el concepto de una esencia, de un centro auténtico que permanece oculto para la conciencia del yo y que requiere de la eliminación de todo lo que considera foráneo o no verdad para el ego, que es para decirlo en una palabra, el no yo, el otro. Es un concepto donde el otro es siempre inevitablemente el opuesto para uno mismo o sometido al dominio de uno mismo. Para Eric Hobsbawm, la identidad colectiva, los grupos de identidad y la política de identidad es lo mismo e igual que Minh-ha advierte que las identidades colectivas se definen negativamente, es decir frente a otros. "Nosotros" nos reconocemos como "nosotros" porque somos diferentes de "ellos". Pero, las identidades no son fijas, por el contrario, las personas combinan identidades que a su vez cambian de manera constante. Las identidades son entonces una definición del "nosotros" con respecto a "ellos", a los "otros" Hobsbawm, Eric. "La política de la identidad de la izquierda". En *Nexos*, 24 (agosto 1996), pp. 41-47, pp. 42-43. Para dar paso a los que Bourdieu llama el origen de las exclusiones ("eso no es para nosotros") y de las inclusiones. Bourdieu, Pierre. *La distinción*. Madrid: Taurus, 1979, p. 489.
11. Calhoun, Craig. "Nationalism and ethnicity". En: *Annual Review of Sociology*, (1993), pp. 211-239, p. 230.

13. Agradezco estas observaciones al Doctor Víctor Hugo Acuña, lector de este trabajo. (Noviembre, 2002)

14. Anderson, Benedict. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México. Fondo de cultura económica, 1993, pp. 23-25.

15. García Canclini, op., cit., p. 19.

16. Acuña, Víctor Hugo. "La invención de la diferencia costarricense, 1810-1870", *Revista de Historia* No.45. (2002) EN PRENSA. Agradecemos al Dr. Acuña este texto.

17. Loc., cit.

18. Loc., cit.

19. Ovares, Flora, Rojas, Margarita, Santander, Carlos y Carballo, María Elena. *La casa paterna. Escritura y nación en Costa Rica*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1993, pp. 23-24. Sobre la imagen de lo nacional y la construcción de la identidad costarricense, véase: Rojas, Margarita y Ovares, Flora. *100 años de literatura costarricense*. San José: Editorial Norma, 1995. Quesada, Álvaro. *La formación de la narrativa nacional costarricense (1890-1910)*. San José. Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1986.

20. Los procesos identitarios son cambiantes aunque algunos permanecen más que otros. Por ejemplo, en 1970, los enfoque socio-psicológicos distinguen entre los conceptos de carácter nacional y el estereotipo nacional, "distinción que equivale a las diferencias existentes entre la observación científica y los prejuicios, entre la ciencia y la superstición; esto es, hay que establecer si los juicios implícitos en tales atribuciones, constituyen un estereotipo o una descripción científica de las modalidades de conducta social compartida dentro de un determinado pueblo o contexto nacional, en nuestro caso: el costarricense". El estereotipo nacional del costarricense lo expone como conservador, tranquilo, aislado, pacífico, democrático, de mentalidad igualitaria, tolerante, desconfiado y tímido, elementos que a su vez constituyen el carácter nacional: individuo sumiso, indiferente. El Psicólogo Gaetano Cersósimo indica que lo que le es posible afirmar es que "lo que en realidad existe y podemos establecer es la tendencia psicológica generalizada de percibir a un pueblo, en nuestro caso, el costarricense, en forma estereotipada". Ahora bien, los atributos del estereotipo nacional del costarricense son formas de pensar, explicar e interpretar la vida social y la conducta nacional que tienen su arraigo en sociedades pasadas y que se mantienen aun cuando la realidad social ha cambiado. Si los estereotipos se mantienen es porque "a la clase dominante, a la burguesía, le conviene e interesa conservar y difundir un estereotipo del costarricense cargado de contenidos ideológicos, que hace posible la falsificación de la conciencia social y política de las clases dominadas, logrando, de tal modo, la captación y el sometimiento de las mismas." Cersosimo, Gaetano. *Los estereotipos del costarricense. (Un análisis de estereotipos sociales como instrumentos de control y dominación)*. San José: Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad de Costa Rica, 1977.

21. Todavía en la década de 1940 los mitos continúan. En ese año los sociólogos John y Mavis Biesanz, realizan un estudio sobre la vida cotidiana de los costarricenses en ese período, centrado en el Valle Central. Como es apropiado en este tipo de tareas, analizan desde la cultura material la vida del costarricense, se trata de un enfoque cifrado en el momento en que el autor escribe, además, es la visión del otro, del extranjero. Entonces sostienen que aun se mantiene el mito de la raza blanca insisten en el pacifismo y el carácter industrioso de los costarricenses del siglo XIX que además por "la fabulosamente creciente industria del café, se proveía de trabajo para todos, y no se conocían mendigos... las gentes eran verdaderamente piadosas y unos a otros se llamaban "hermano". En el estudio, sin embargo, advierten que para 1940, Costa Rica vive "...en un ámbito de pobreza: inseguridad, hambre, desnutrición, alta mortalidad... y que "el cafetalero y el peón que trabaja en su finca están cada vez más separados en la escala socio-económica." Y, "pese a que frecuentemente se describe a Costa Rica como una "patria de campesinos propietarios", con sus tierras ampliamente distribuidas, la mayoría de las propiedades son en realidad demasiado pequeñas para proveer el sustento de una familia..." Además, la "tan alabada democracia costarricense tiene muchos defectos", pues

las mujeres no tienen derecho al voto, existen abusos de poder y elecciones fraudulentas, unido al "aumento de la distancia entre las clases sociales y el contraste entre la pobreza y la riqueza". Biesanz, John y Biesanz, Mavis. *La vida en Costa Rica*. San José. Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, 1975.

Una década después, Luis Barahona se propone hacer "una sociología auténticamente costarricense [volviendo] al alma concha... donde a todas horas se teje y desteje la psiquis nacional", porque "la patria es el pueblo". Aludiendo total del país se concentró en la Meseta Central, "...esto último hizo muy fácil el desarrollo de la nacionalidad costarricense". La vida en esa región, sus condiciones geográficas y su clima, es lo que conduce al desarrollo de moradores pacíficos, pobres, cuya base económica se concentra en la agricultura, una costumbre que heredan de los indios. En síntesis, su tesis es la siguiente: "la influencia del ambiente en la formación del carácter criollo y el sentido democrático de nuestra historia se pueden resumir... en la Meseta... todo lo demás; costumbres, creencias, habla, leyenda, etc., es un resultado de la sangre". Barahona, Luis. *El gran incógnito. Visión interna del campesino costarricense*. San José: Editorial Universitaria, 1953.

En 1970, los Biesanz, editan otra obra y constatan que el mito de la democracia sin clases, la raza blanca, pura, la tolerancia, se mantienen y para los estudiosos estos mitos "no sólo alivia la conciencia de "los que tienen", sino que hace más llevadero el destino de "los que no tienen". De Biesanz, Mavis, Biesanz, Richard y De Biesanz, Karen. *Los costarricenses*. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia, 1979.

En 1960, desde la filosofía, Constantino Láscaris advierte los mismos estereotipos del costarricense: mujeres y hombres tranquilos, pacíficos, aislados, tolerantes -con los extranjeros y con los de otras culturas- perezosos. Indica, sin embargo al inicio de su trabajo, que él pretende "describir al costarricense en carne viva. En su conducta colectiva, en el idioma que habla a través de cada uno de los costarricenses. En las convicciones vividas sin pensarlas". En concordancia con tal objetivo, no cuestiona en su obra los mitos, al contrario, los reafirma, en mucho porque no se trata de una investigación social sino de un relato basado en fuentes fragmentarias que además, no considera parámetros temporales para efectuar su estudio. Láscaris, Constantino. *El costarricense*. San José: EDUCA, 1975.

22. Nos referimos básicamente a Acuña, Víctor Hugo. "Nación y clase obrera en Centroamérica durante la época liberal (1870-1930)." En: *El paso del cometa*. Iván Molina y Steven Palmer, editores. San José: Editorial Porvenir, Plumsock Mesoamerican Studies, 1994. Ibid. "Historia del vocabulario político en Costa Rica. Estado, república, nación y democracia (1821-1949)". En: *Identidades nacionales y estado moderno en Centroamérica*. Arturo Taracena y Jean Piel, compiladores. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1995. Palmer, Steven. "Sociedad Anónima, cultura oficial: inventando la Nación en Costa Rica (1848-1900)". En: *Héroes al gusto y libros de moda. Sociedad y cambio cultural en Costa Rica (1750-1900)*. Iván Molina y Steven Palmer, editores. San José: Editorial Porvenir, Plumsock Mesoamerican Studies, 1992. Ibid., "Hacia la "auto-inmigración" El nacionalismo oficial en Costa Rica (1870-1930)". En: *Identidades nacionales y estado moderno en Centroamérica*. Arturo Taracena y Jean Piel, compiladores. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1995. Taracena, Arturo. Nación y república en Centroamérica." En: *Identidades nacionales y estado moderno en Centroamérica*. Arturo Taracena y Jean Piel, compiladores. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1995. Resultan también indispensables las obras de Anderson, Benedict. *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso Editions, and NLB, 1983. Hobsbawm, Eric. *Naciones y nacionalismos desde 1780*. Barcelona. Editorial Crítica, 1991.

23. Palmer, op., cit.

24. Acuña, Víctor Hugo, 1995, op., cit., p. 72.

25. Acuña, Víctor Hugo, 2002, op., cit., p. 29.

26. Ibid., p. 30.

27. Sobre un análisis del concepto de civilización y raza usado en los libros de historia patria que se leen en los centros de enseñanza, véase: Quesada, Juan Rafael. "El dilema de la identidad cultural latinoamericana de cara al V centenario". En: *Revista de Ciencias Sociales*. San José (Costa Rica) 54-55: 11-27, Diciembre 1991-Marzo 1992.

28. Sobre la participación del café en la historia de Centroamérica, véase: Samper, Mario. "Café, trabajo y sociedad en Centroamérica, (1870-1930): una historia común y divergente". En: *Historia General de Centroamérica*. Víctor Hugo Acuña, Editor, Madrid: Sociedad Estatal Quinto Centenario, FLACSO, 1993, p. 11.
29. Chacón, Manuel Benito. "Monedas y símbolos protonacionalistas en Costa Rica (1821-1850)". En: *Fin de siglo XIX e identidad nacional en México y Centroamérica*. Iván Molina y Francisco Enriquez compiladores, Alajuela: Museo Histórico Juan Santamaría, 2000, p. 310.
30. Tomás Dueñas, Francisco. "Las monedas tipo de Costa Rica". EUNED, San José, 1994. En: <http://numismática.8m.com>
31. Chacón, op., cit., p. 324.
32. Viales, Ronny, "Libre cambio, universalismo e identidad nacional: la participación de Costa Rica en las exposiciones internacionales de fines del siglo XIX." En: *Fin de siglo XIX e identidad nacional en México y Centroamérica*. Alajuela: Museo Histórico Juan Santamaría, 2000, pp. 357-388.
33. Hall, Carolyn. *El café y el desarrollo histórico-geográfico de Costa Rica*. San José: Editorial Costa Rica, 1982, pp. 42-44.
34. Núñez, José María. "Monografía sobre el café". En: *El Suplemento. Homenaje al café de Costa Rica*, 1934, p.56.
35. Iglesias, Francisco María, et., al. *Costa Rica en el siglo XIX*. Tomo I. San José, julio 1902, s.p.i. p.VII.
36. Ibid., p. X.
37. Costa Rica. *Libro azul de Costa Rica*. San José: Imprenta Alsina, 1916, p. 1.
38. Ibid., p. 60.
39. Ibid., p. 1.
40. *Suplemento La Tribuna. Homenaje al café de Costa Rica*, marzo 1934, p. 116.
41. *Suplemento La tribuna. Homenaje al café de Costa Rica*, octubre, 1933, p. 1.
42. Loc., cit.
43. *Suplemento La Tribuna. Homenaje al café de Costa Rica*, marzo 1934, p. 3.
44. González Flores, Luis Felipe. "Desenvolvimiento histórico del cultivo del café nacional". En: *Suplemento La tribuna. Homenaje al café de Costa Rica*, octubre, 1933, p. 33.
45. Loc., cit.
46. Biesanz, et., al., 1941, op., cit., p. 231.
47. Loc., cit.
48. *El Suplemento. Homenaje al Café de Costa Rica, segunda parte. Material científico-literario premiado en los juegos florales*. 1934, p.3.

49. Un acertado ensayo interpretando el óleo de Julio Solera Oreamuno, fue hecho por el Dr. Volker Wüenderich y se expone en idioma alemán en el Jacobs Museum en Suiza.
50. Slater, Don. *Consumer Culture & Modernity*. Great Britain: Polity Press, 1997, p. 5.
51. Appadurai, ed. *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Grijalbo, 1991, p. 146.
52. Biesanz, et., al., 1941, op., cit., p. 66.
53. Ibid., p. 66.
54. De Biesanz, Mavis, Biesanz, Richard y De Biesanz, Karen. *Los costarricenses*. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia, 1979, 282.
55. Ibid., p. 298.
56. Loc., cit.
57. Láscaris, Constantino. *El costarricense*. San José: EDUCA, 1975. p. 10.
58. Ibid., p. 294.
59. Flandrin, Jean-Louis. "Historia de la alimentación: por una ampliación de las perspectivas". En: *Revista D'Història Moderna manus Crits*. Universidad Autónoma de Barcelona, No. 6, Descmbre, 1987, pp. 22-23.
60. Barthes, Ronald. "Toward an Psychosociology of Contemporary Food Consumption". En: Counihan, Carole y Van Esterik, Penny. *Food and culture. A reader*. Great Britain, 1997, p. 21.
61. Zeldin, Theodore. *The French*. London. Fontana Paperbacks, 1984, p. 301.
62. Bauer, op., cit., p. 487.
63. Appadurai, op., cit., pp. 145-146.
64. Ibid., p. 146.
65. Rey, German. Las huellas de lo social. En: *Interacción, socialización y vida cotidiana. Revista Signo y Pensamiento*. Bogotá. Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación Social, 1987, p.22.
66. Rodríguez Solano, Ana. "La comunidad: un referente en la construcción del sentido de pertenencia". En: *Urdimbres y tramas en la investigación interdisciplinaria*. José Eduardo Rueda y Marcos González, compilador. Bogotá: editorial Magisterio, 1998, p. 141.
67. Mintz, op., cit., p. 40.
68. Roche, Daniel. *Histoire del choses banales. Nisance de la consommation XVII-XIX siècle*. París: Fayard, 1994.
69. Le Goff, Jacques, Chartier, Roger, Revel, Jacques. *Diccionario del saber moderno. La Nueva Historia*. España: Mensajer, s.f., p. 122.

## CONCLUSIONES GENERALES

El café es una bebida exótica que cautiva a algunos miembros los sectores ubicados en la cima de la pirámide social al finalizar el siglo XVIII en Costa Rica, cuando el líquido negro, de origen africano, se ha expandido con premura en las principales ciudades y ha penetrado en los distintos estratos sociales de Europa.

Una de las razones que favorece el consumo del café en las provincias de la Capitanía General de Guatemala en tiempos previos a la siembra del grano en esas tierras, son los cultivos promovidos por Francia en sus colonias del Caribe -Martinica 1722-<sup>1</sup> para satisfacer su demanda local. El tráfico comercial que se lleva a cabo en ese momento, facilita el tránsito de comerciantes que acarrean consigo los granos ofreciéndolos como una bebida de la modernidad. Los compradores lo degustan, lo aceptan y lo difunden y además, se convierte en una opción para vender el producto a los mercados europeos que tienen una demanda ascendente del grano. Lo cierto es que, por lo menos en Costa Rica, el cultivo ya en los albores del siglo XIX, beneficia sin duda la expansión de la costumbre de tomar café que desciende con prestancia en la pirámide social y es aceptado por los diversos sectores de la población. Al contrario, en Estados Unidos la afición por el café se desarrolla lentamente y la diferencia se debe precisamente a que en Costa Rica se siembra el grano, en particular, en las tierras altas, que se usa para el consumo y muy pronto para venderlo en los mercados internacionales; en Estados Unidos se importa. Además de la presencia del café, la coyuntura es la adecuada para su difusión: por una parte, el cacao, materia prima indispensable para elaborar el chocolate, se ha encarecido debido a la disminución creciente de la cosecha; por otra, el aguadulce no es un estimulante y por tanto no tiene los efectos del chocolate sobre la fisiología humana; el té es desconocido en estas tierras, de modo que el café resulta ser la bebida caliente por excelencia: se encuentra en el solar o se puede adquirir con facilidad relativa; se prepara de manera similar al chocolate, por tanto ya existe la experiencia, además tiene efectos estimulantes iguales o superiores a los del chocolate que resulta de alto costo. Adicionalmente, al prepararse con aguadulce, no altera de manera tajante el paladar; en otro términos, el gusto se desarrolla con prontitud debido a que no se sustituye una bebida por otra sino que se combinan. El chocolate tampoco desaparece aunque su presencia en las mesas campesinas y en las de los sectores populares, se hace menos frecuente, en mucho por el elevado precio del producto.

La expansión geográfica de la costumbre fue centrífuga, del centro hacia la periferia y se inicia ya en la década de 1840. Sigue el mismo patrón de crecimiento que los caminos o los sitios de colonización. Los pobladores del Valle Central transportan con ellos el café -en grano porque el café molido se vuelve rancio rápidamente- hacia distintos puntos del territorio logrando que el hábito se arraigue rápidamente en todo el país. La forma de preparación de la bebida se comunica y se extiende, en otras palabras, se lleva el producto y la receta, de manera tal que se acrecienta la posibilidad de propagación de la costumbre. Sin vacilación, el momento es el propicio, se están abriendo trochas en busca de caminos para sacar el café hacia los puertos y los trabajadores son estimulados con buenas cantidades de café desde la década de 1840 y quizá antes. Esos mismos senderos, son los sitios de paso de transeúntes nacionales y extranjeros que solicitan la bebida en las fondas y posadas o simplemente conducen el grano con ellos para satisfacer la necesidad.

Cuando el paladar del costarricense está acostumbrado a la bebida, ya en la década de 1860, la posibilidad de adquirir el café desde la parcela, propia o ajena, se limita y para satisfacer la falta, los consumidores se ven obligados a adquirir el producto en los establecimientos comerciales dispuestos para tales fines. Quienes tienen cultivos de café, obtienen los granos maduros de su parcela como materia prima para preparar la bebida, pero la mayoría, compra granos verdes en los beneficios o pulperías y luego los tuestan y muelen en casa. Ya para 1880, algunos almacenes brindan el servicio de tostar el café y en poco tiempo, también muelen los granos con molinillos fabricados o con un mortero, como se hace en casa. No significa, sin embargo, que en buena parte de las viviendas, particularmente en aquellas alejadas de los centros urbanos, la actividad de secar, descascarar y moler el grano, no se lleve a cabo. Todavía avanzado el siglo XX, la tarea se sigue ejecutando en algunos lugares. Los beneficiadores y los productores son los proveedores de los pulperos o de intermediarios, quienes a su vez venden a los demandantes. La mayor parte de quienes se dedican a tostar y luego a moler café, son tenderos de alimentos al por menor. Algunos se dedican luego a la venta de café y chocolate exclusivamente, pero no resultó ser un negocio tan lucrativo para la mayoría. Los que hacen fortuna dedican parte de su empresa a la venta de café y otra buena parte a la enajenación de múltiples productos.

El fruto que recogen los pulperos y los molineros, no es de primera calidad; los oferentes - beneficiadores, productores e intermediarios-, se deshacen del café de segunda y de tercera, el que no acepta el mercado internacional, colocándolo entre los negocios minoristas. Esto es explicable

pues en 1902, en el Congreso Internacional para la producción y el consumo del café que se celebra en la Bolsa de café de Nueva York, los delegados sugieren, a efectos de evitar los embates que la sobre producción puede causar al mercado internacional, prohibir la exportación de café de más baja calidad conocido como triache<sup>2</sup>. Dada esta disposición, los intermediarios que mercan el café de Costa Rica, no aceptan más que granos de primera calidad. Sin duda, el mercado interno resulta ser entonces una opción para liquidar parte de los granos que de otra manera se verían obligados a desechar y en su lugar, obtienen dividendos en la transacción.

Paralelamente, los pulperos primero y en pocos años, en la década de 1910, los molineros, esto es, comercios que se dedican exclusivamente a mercar con café tostado y molido, consiguen ganancias adicionales, muy cuantiosas, mezclando el café de tercera o triache con una buena cantidad de deshechos: maíz, azúcar, cáscara de café, etc. El resultado es una bebida de escasísima calidad que además es vendida a precios reducidos, al alcance de los sectores populares de la población, provocando a su vez una expansión del mercado. Entre tanto, los grupos que ocupan los primeros lugares en la pirámide social, consumen un café de primera, el café de exportación que recogen de sus parcelas o beneficios y/o compran a los beneficiadores directamente. Se desarrolla, por tanto, un consumo conspicuo debido a la calidad del café que se ingiere más la forma como se realiza la acción, simboliza status, posición social, distinción.

La práctica de mezclas diversas -café con broza del grano, cáscaras de maní, maíz quemado, azúcar, etc.- se mantiene y acrecienta durante el siglo XX y aunque el estado interviene para regular la actividad, el problema no se soluciona. El Estado intercede precisamente cuando la crisis económica de los años de 1930, contrae, entre otras cosas, el mercado del café en el exterior y los productores y principalmente los beneficiadores, intentan colocar parte de sus existencias en un reducido mercado nacional. En otros términos, el gobierno central socorre a los cafetaleros y beneficiadores, ayudándolos en la búsqueda de compradores en el interior. Paralelamente, las políticas de salubridad que se ponen en marcha en ese momento, también favorecen el arbitraje del Estado pues se intenta controlar la calidad de los alimentos que se venden al público, en especial los productos adulterados y el café es uno de ellos y además de alta demanda, particularmente entre los trabajadores urbanos que lo requieren para sus alimentos intervalo. Por otra parte, se ha desarrollado sin duda el gusto por el café pero el grano ya no se obtiene de la parcela, la frontera agrícola es lejana y escasa, por tanto solo se puede adquirir el café a través de la compra. En ese momento, también, se han

desarrollado torrefactoras que tienen un afán decidido por la captura de clientes y despliegan campañas de mercadeo y distribución que acrecienta sus negocios. Los empaques son llamativos y garantizan un café fresco por más tiempo, la publicidad en los periódicos destaca las cualidades del producto y con la tecnología de la época, pueden proponer calidades distintas de café, a precios diferenciados también, dirigidos a diversos públicos, aunque apelan con mayor frecuencia a las amas de casa -quienes en última instancia y con más frecuencia toman la decisión sobre la compra de los alimentos de consumo doméstico- tras el ofrecimiento de rifas y premios por la compra del producto. Los costos de operación son cada vez más reducidos y más eficientes.

Algunas tostadoras pronto se convierten en industrias que ponen al servicio del consumidor prácticos productos fabricados en serie. Lo que está introduciendo la torrefacción del café es una uniformidad que es signo de los tiempos por venir. El café Triángulo y el café Dorado, demuestran como la estandarización, la colocación de marcas, la comercialización, y las estrategias de publicidad y distribución, pueden abaratar las mercancías y suplir de café de calidades diversas según la capacidad monetaria de los compradores y desarrollar distintos gustos según las diferentes marcas de café que ofrecen.

Al principio, en las postrimerías del siglo XIX, se trató de molinos modestos que laboran con escaso personal, y la mayoría se mantienen como pequeños negocios que se conducen con mano de obra familiar. Los menos, conforme sus ventas aumentan, se convierten en empresas lucrativas que manejan un cuantioso capital y requieren de un importante número de obreros en sus fábricas. Además, son negocios que se desarrollan en áreas urbanas. Por lo menos para 1920, el consumo per cápita de café que emana de las fábricas y molinos, asciende a 5 kilos al año, la mayoría ubicados en el casco capitalino.

Lo cierto es que todo este proceso favorece también la presencia del café en el espacio doméstico y en la dimensión pública. Al inicio, en las décadas de 1830 y 1840, el café se reduce al hogar. Es la bebida que, junto con el chocolate, comparte los momentos especiales: las fiestas de santos patronos, los matrimonios, los funerales, los rosarios, etc. El café se introduce con premura en los ritmos de alimentación diaria, es la bebida obligada del desayuno y en poco tiempo lo es también de la tarde. El chocolate, en cambio, sigue siendo el que acompaña la merienda de la noche en los hogares con capacidad económica y el aguadulce en las viviendas con menores recursos. Aunque hay posadas y restaurantes después de 1850 y cafeterías a partir de 1890, la mayor parte de

El café es un elemento aglutinador de una comunidad que comparte un sentido de pertenencia grupal. El café simboliza el inicio del día y el final de la tarde; es la bebida de los momentos de descanso laboral, ya en el campo o en la ciudad; es un medidor del tiempo de trabajo y del tiempo de ocio; es la bebida por excelencia de los momentos de reunión comunitaria: la despedida del difunto, el alago a los novios, los parabienes para las familias hospedadoras, la muestra de amistad y agrado de los anfitriones, etc. El café es parte del ritual familiar o comunitario.

Paralelamente, se desplaza el café a los espacios públicos. Las fondas, taquillas, pulperías, restaurantes y sitios de hospedaje, ofrecen café a sus huéspedes pero en condiciones que no varían en gran medida de las que se acostumbra en el seno de la familia. La separación real entre las dimensiones domésticas y públicas se evidencian ya en los albores de la década de 1870 aunque existen algunos lugares, muy pocos, que evidencian la diferencia con precisión, antes de esa fecha.

Los primeros en establecer con claridad la desunión entre los dos espacios fueron los extranjeros, particularmente los europeos que habían vivido la experiencia en sus países de origen donde el café es la bebida común desde el siglo XVIII. Primero los foráneos lo ofrecen en salones privados de hoteles, en una clara emulación a las costumbres europeas, y ya en el ocaso del siglo decimonónico lo sirven en "cafeterías", lugares claramente designados para que el demandante solicite café como bebida principal. Son ambientes de comunicación inherentemente interactivos.

Pero las cafeterías no son negocios homogéneos, al contrario, nacen casi simultáneamente cafeterías al estilo europeo, designadas para un público selecto y otras dirigidas a los sectores populares. A las primeras asiste el preclaro de la sociedad josefina, a las segundas, los sectores populares, a ellas van los trasnochadores, soldados y trabajadores nocturnos en general.

El negocio que antecede a los cafés son las "refresquerías", lugares que promocionan bebidas de la sobriedad además de helados. Este tipo de establecimientos proliferan en los inicios del siglo XX y son además negocios fundamentalmente urbanos: se concentran en las cabeceras centrales de San José, Cartago y Limón. Buena parte de las "refresquerías" se convierten en "cafés".

El consumo del café, sin embargo, no disminuye la ingesta de alcohol, incluso en algunas cafeterías se sigue sirviendo licor y café, igual que otras bebidas.

Los dueños de cafeterías son nacionales en su mayoría, hombres que dedican una parte de su tiempo para atender el negocio que se maneja con mano de obra familiar, y otra porción para efectuar

tareas diversas pero oficios eminentemente urbanos: albañiles, zapateros, contadores, etc. Los hombres constituyen el grueso de la población que tiene a su haber las cafeterías aunque las mujeres incursionan en este tipo de empresas desde muy temprano. En la década de 1860, las mujeres sirven café y alimentos en sus propias viviendas y algunas de ellas, desarrollan el negocio pero no lo alejan del hogar hasta después de 1870, estableciendo entonces cafeterías que atienden ellas mismas. Son sobre todo mujeres solteras o viudas que requieren de un ingreso para su manutención y la de sus dependientes.

La mayoría de las cafeterías, de hombres o de mujeres, son lugares que recuerdan poco a la infraestructura de los países europeos. Son casas de adobe, parcialmente reformadas para acondicionarlas con el objetivo de atender a los clientes. Son espacios por lo general pequeños, con una sola mesa y varios bancos o en el mejor de los casos, mesas de madera, rústicas, con cuatro bancos también de madera, donde los clientes consumen su café y los alimentos que lo acompaña, sobre la tabla misma o con un mantel de plástico que permite limpiarlo con premura. Estos sitios contrastan con los salones dieciochescos que se establecen en los hoteles capitalinos donde el *chic* europeo es uno de los requisitos indispensables y lo que constituye el atractivo del local. Aquí las mesas están correctamente dispuestas, según las normas extranjeras, hay lámparas y utensilios colocados cuidadosamente, con meseros entrenados y alimentos sofisticados.

A pesar de su infraestructura, unos y otros se convierten en sitios de reunión, espacios donde se establecen vínculos de sociabilidad diversos en demasía. Algunos son locales que atraen a transeúntes, generalmente extranjeros, que departen con los asistentes en un espacio de camaradería informal; otros son lugares de reunión de hombres de letras, músicos, intelectuales, poetas, literatos, políticos y periodistas que organizan en la cafetería no solo los periódicos de la época sino también le dan forma a sus obras -literarias, artísticas- o a sus ideas políticas- tras la discusión informal de sus intereses con los presentes. Son sitios donde se aprende, se discute y se crean y recrean formas de pensamiento. En síntesis, se construye un sentido de pertenencia compartido a una comunidad mayor con la que se comparten intereses, ideas, valores y aspiraciones.

En muchas de estas cafeterías se idearon los proyectos políticos, económicos y sociales de la Costa Rica de los primeros treinta años del siglo XX pues quienes allí se juntaban, tenían en sus manos la conducción del país. A pesar de que las cafeterías son centros de reunión de políticos e intelectuales, no hubo interés de los gobernantes de cerrar o censurar los establecimientos.

Lo mismo, en los prostíbulos y cafeterías dispuestas para los sectores populares, se comparte entre iguales, con compatriotas que tienen valores e intereses comunes, donde los valores y formas de vida se construyen y se afianzan. Allí se comparten los ratos de ocio y se desahogan las penas y nacen ilusiones.

Es en estos espacios de reunión donde se crean identidades individuales y/o colectivas, un sentido de pertenencia compartido que a la postre colabora con el proceso de construcción identitaria del costarricense.

### **EL CONSUMO: UN LENTE PARA LA INVESTIGACIÓN HISTÓRICA**

Aunque la historia del consumo es de reciente data, se ha convertido en un prisma desde el cual es posible analizar la historia y estudiar la vida cotidiana igual que los movimientos sociales o las evoluciones económicas en un determinado contexto y en una coyuntura específica. Su novedad explica en mucho la ausencia de trabajos de este tipo en Costa Rica pero en el momento actual, cuando la globalización y el mercado asumen roles preponderantes, se asoma el consumo como una forma de análisis histórico capaz de explicar el por qué los comportamientos sociales y económicos ocurren de la forma en que se suceden y proyectar su evolución a corto, mediano y largo plazo. La producción, el procesamiento, la promoción, la distribución y el precio de los bienes y de los servicios, apelan a la dimensión económica de la historia del consumo. La selección de los bienes, sin embargo, no está determinada solo por el precio o la necesidad, los artículos tienen un significado social y la gente los usa como una forma de expresar distinción, individualidad o afinidad con un grupo, de manera tal que los bienes encierran la dualidad entre lo necesario y lo identificante, así se ingresa a la historia social de las cosas. Además, el consumo o la forma como se consume, produce una sensación de unicidad, de solidaridad con un grupo o nación. En otros términos, los sentimientos y las actitudes de las personas ante los bienes descubren un agujero para examinar la dimensión cultural.

Ha quedado expuesto que la comida, el vestido, la habitación, los muebles, son símbolos claros de posición social y de poder; hoy con un mercado creciente y por ello una oferta abundante de artículos, es preciso reinventar sus cambiantes identidades. Los hombres y mujeres ahora son atraídos por los dictados de la moda extranjera, pero más importante aun, aceptan una secuencia de "estilos periódicamente cambiantes" que constituye un rito anual sagrado para los consumidores.

En la gama de opciones que ofrece para el investigador la historia del consumo, el café es un

atractivo nada despreciable, pues difícilmente, hay un aroma en el planeta tan bien retenido en la memoria colectiva y un producto tan cotidiano y a la vez tan importante en la economía mundial. A través del estudio de este producto, que tanto ha influido además en la evolución política, económica y cultural de los pueblos, se abre una ventana para observar los procesos sociales, culturales y económicos pasados.

El camino en la investigación del consumo del café en Costa Rica y en América Latina en general, apenas empieza. Un análisis comparativo con otras naciones centroamericanas y/o productoras, permitiría dilucidar con claridad las diferencias y las semejanzas de los procesos en las diferentes regiones y los contrastes indicarían las particularidades del caso costarricense. Tal trabajo solo sería posible realizando estudios en cada uno de los países para luego ejecutar la labor de comparación de los diversos aspectos del proceso, una tarea por efectuarse. Un análisis del consumo del café después de 1950 hasta la fecha, ayudaría también a determinar los avances del proceso que aquí se detalla y concretar los asuntos que permanecen y los que varían, según las coyunturas nacionales e internacionales. Los avances tecnológicos en materia del procesamiento del café y el desarrollo de los medios de comunicación, resultan temas vitales para conocer la forma como el producto ha penetrado y se ha consolidado en los espacios privados y públicos y ha logrado convertirse en una bebida básica entre los costarricenses cuyo consumo per cápita muestra una clara tendencia hacia la alza. La complementariedad del café con otras bebidas: té, chocolate, coca cola, pepsi, etc., es un trabajo que ayudaría a dilucidar el rol del café en la actualidad.

El análisis de las coyunturas son también básicos para comprender las aplicaciones de mercadeo y la proliferación y consolidación de determinadas marcas de café en el mercado nacional e internacional. La publicidad, sin duda, ha colaborado en el establecimiento de estigmas y formas de café distintos para los diversos grupos sociales. Igualmente, queda por hacerse una investigación que señale el papel del consumo del café en Costa Rica en el contexto de la globalización que invade al siglo XXI.

CITAS

1. Pendergrast, Mark. *Uncommon Grounds. The History of Coffee and How It Transformed Our World*. USA: Basic Book, 1999, p. 53.

2. *Ibid.*, p. 97.

Acuña, Víctor Hugo. "El café en la cultura colombiana." En *América, Dependencia cultural de La Nación*, noviembre, 2003.

Acuña, Víctor Hugo. *El café en la cultura colombiana*. Bogotá: Universidad de los Andes, 2003.

Acuña, Víctor Hugo. "El café en la cultura colombiana." En *América, Dependencia cultural de La Nación*, noviembre, 2003.

\_\_\_\_\_. "Vida cotidiana, condiciones de trabajo y salud pública: el caso de los cafetaleros en Costa Rica (1914-1937)." En *Revista de Historia, Herencia Museo Atena, Número especial* (1998), pp. 223-261.

\_\_\_\_\_. "Trabajo y vida obrera en Costa Rica desde la década de los 1870-1890." En *El espacio del trabajo*, José María y Teresa Pérez, editores. Bogotá: Editorial Porvenir, Universidad Metropolitana, 1995.

\_\_\_\_\_. "Trabajo y vida obrera en Costa Rica: 1870-1930. Vida cotidiana, condiciones de trabajo y salud pública." En *Revista de Historia, Herencia Museo Atena, Número especial* (1998), pp. 223-261.

\_\_\_\_\_. *Los orígenes de la clase obrera en Costa Rica*. San José: CITA, 1976.

\_\_\_\_\_. "La agricultura de café en Costa Rica (1914-1937)." *Revista de Historia, Herencia Museo Atena, Número 45* (2002) EN PRENSA.

Acuña, Víctor Hugo y María Tere. *El campesinado costarricense: un estudio de la estructura social*. Bogotá: Editorial Porvenir, 1991.

Aguiar Burgard, Oscar. *La historia de la élite*. San José: Universidad de Costa Rica, 1995.

Alvarado, Patricia y José María. *Condiciones de trabajo y vida cotidiana de los cafetaleros en Costa Rica (1914-1937)*. San José: Universidad de Costa Rica, 1995.

Anderson, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso Editions, 1983.

\_\_\_\_\_. *Comunidades imaginadas: Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de cultura económica, 1991.

## BIBLIOGRAFÍA GENERAL

## LIBROS Y ARTÍCULOS

Acuña, José Basileo. "Mi vecindario". En: *Júbilo y pena del recuerdo*. Lilia Ramos, comp. San José: Editorial Costa Rica, 1965.

Acuña, Pío Luis. *Güi...pi...pía*. San José: Litografía e imprenta Lil, 1990.

Acuña, Víctor Hugo. "El café en la caficultura costarricense". En: *Ancora, Suplemento cultural de La Nación*, noviembre, 2000.

\_\_\_\_\_. "Vida cotidiana, condiciones de trabajo y organización sindical: el caso de los zapateros en Costa Rica (1934-1955)". En: *Revista de Historia*. Heredia (Costa Rica). Número especial (1988), pp. 223-244.

\_\_\_\_\_. "Nación y clase obrera en Centroamérica durante la época liberal (1870-1930)." En: *El paso del cometa*. Iván Molina y Steven Palmer, editores. San José: Editorial Porvenir, Plumsock Mesoamerican Studies, 1994.

\_\_\_\_\_. "Historia del vocabulario político en Costa Rica. Estado, república, nación y democracia (1821-1949)". En: *Identidades nacionales y estado moderno en Centroamérica*. Arturo Taracena y Jean Piel, compiladores. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1995.

\_\_\_\_\_. *Los orígenes de la clase obrera en Costa Rica: Las huelgas de 1920 por la jornada de ocho horas*. San José: CEPAS, CENAP, 1986.

\_\_\_\_\_. "La invención de la diferencia costarricense, 1810-1870", *Revista de Historia* No.45. (2002) EN PRENSA.

Acuña, Víctor Hugo y Molina, Iván. *Historia económica y social de Costa Rica (1750-1950)*. San José: Editorial Porvenir, 1991 .

Aguilar Bulgarelli, Oscar. *La huelga de los tútiles 1887-1889. Un capítulo de nuestra historia social*. San José: EUNED, 1989.

Albarracín, Priscilla y Pérez, Héctor. *Estadísticas del comercio exterior de Costa Rica: importaciones y exportaciones (1907-1946)* San José: Escuela de Historia y Geografía, UCR, 1977.

Anderson, Benedict. *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso Editions, and NLB, 1983.

\_\_\_\_\_. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México. Fondo de cultura económica, 1993.

- Anderson, Perry. *El estado absoluto*. Madrid: Siglo XXI editores, 1979.
- Appadurai, Arjun, ed. *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Grijalbo, 1991.
- Arguedas, Ana y Ramírez, Marta. *Contribución al estudio de empresas: el caso de Julio Sánchez Lépez (1862-1934)*. San José, Universidad Nacional, Tesis de Grado, 1985.
- Argüello Mora, Manuel. *Obras literarias e históricas*. San José. Editorial Costa Rica, 1961.
- Autobiografías campesinas. 5 Vol. San José: EUNA, 1978.
- Avila Bolaños, Olger. *La sociedad económica itineraria de Costa Rica, 1843-1854*. Tesis para optar al grado de Licenciado en Historia. UCR, 1971.
- Baires, Yolanda. *Las transacciones inmobiliarias en el Valle Central y la expansión cafetalera en Costa Rica (1800-1850)*. San José, Universidad de Costa Rica, Tesis de grado, 1975.
- Barahona, Luis. *El gran incógnito. Visión interna del campesino costarricense*. San José: Editorial Universitaria, 1953.
- Barrantes, William. *Recopilación de leyes relativas al café*. San José: Oficina del Café, 1954.
- Barrows, Susanna and Room, Robin. *Drinking. Behavior and Belief in Modern History*. USA: University of California Press, 1991.
- Barthes, Ronald. "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption. En: Counihan, Carole y Van Esterik, Penny. *Food and culture. A reader*. Great Britain, 1997.
- Bauer, Arnold. "La cultura material". En: *Para una historia de América. Las estructuras*. México, Fondo de Cultura Económica, 1992.
- Baugh, Daniel A. British sugar: consumption in historical context. *Food and Foodways*. Vol. 2, pp. 113-119.
- Berger, Peter L. Y Luckmann, Thomas. *La construcción social de la realidad*. Argentina: Amarrourtu editores, 1998.
- Bersten, Ian. *Coffee, Sex & Health. A history of anti/coffee crusaders and sexual hysteria*. Sydney: Helian Books, 1999.
- Biesanz, John y Biesanz, Mavis. *La vida en Costa Rica*. San José. Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, 1975.
- Bourdieu, Pierre. *La distinción*. Madrid: Taurus, 1979.

Brading, David. "Nacionalismo y estado en Hispanoamérica", en varios autores, *Iberoamérica en el siglo XIX. Nacionalismo y dependencia*. Ediciones Eunate, 1995.

Braudel, Fernand. *Civilización material, economía y capitalismo. siglos XV-XVIII. 1. Las estructuras de lo cotidiano*. Madrid: Alianza Editorial, 1984.

\_\_\_\_\_. *Bebidas y exitantes*. Madrid: Alianza Editorial, 1994.

Brees considerações sobre a historia e cultura do cafeeiro e consumo de seu producto. Rio de Janeiro": Typographia do Imperial Instituto Artistico. JSM-C 558 Bro Marques, Samira Aoun. *O consumo de cafe no Brasil, 1960-1981 / Samira Aoun Marques*. Sao Paulo : Governo do Estado de Sao Paulo, Secretaria da Agricultura, Instituto de Economia Agrícola, 1987.

Brewer, J., MacKendrick, N., Pumb, J.H., *The birth of a consumer society the commercialization of eighteenth century England*. England: 1982.

Brewer, John y Porter, Roy. Ed. *Consumption and the World of Goods*. Ed. John Brear & Roy Porter. London: Routledge, 1994.

Brewer, John. "Studying contemporary consumption: What can we learn from the early modern era". Ponencia. Florencia. Sf.

Browning, David. *El Salvador la tierra y el hombre*. Ministerio de Cultura y Comunicaciones. En Salvador, 1987.

Bulmer-Thomas, Víctor. "La crisis de la economía de agroexportación (1930-1945)". En: *Historia General de Centroamérica*. Editor Víctor Hugo Acuña. España: Ediciones Siruela, S.A., 1993.

Burke, Peter. "Res et verba: conspicuous consumption in the early modern world." In: *Consumption and the World of Goods*. John Brear & Roy Porter, ed. USA: Routledge, 1994.

Burnet, John. "Coffee in the British diet, 1650-1900" En: *Coffee in the Context of European Drinking Habits*. Zürich: Johann Jacobs Museum, 1991.

Cainzos, Miguel. "Clase, acción y estructura: de E.P. Thompson al posmarxismo". En: *Zona Abierta*. No. 50, 1989.

Calderón, Manuel. "Proceso y estructura del liberalismo en Costa Rica, 1821-1940". En: *Las instituciones costarricenses. De las sociedades indígenas a la crisis de la república liberal*. Jaime Murillo comp. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1989, pp. 305-306.

Calhoun, Craig. "Nationalism and ethnicity". En: *Annual Review of Sociology*, (1993), pp. 211-239.

Cambranes, Julio. *Café y campesinos. Los orígenes de la economía de plantación moderna en Guatemala, 1853-1897*. Madrid: Catriel, 1996.

Cardoso, Ciro y Pérez, Héctor. *Centro América y la economía occidental (1520-1930)*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1977, p. 121.

Cardoso, Ciro. "La formación de la hacienda cafetalera en Costa Rica (siglo XIX)". En: *Avances de investigación*. Proyecto de historia social y económica de Costa Rica. 1821-1945. San José (Costa Rica) No. 4, 1976.

Carranza Solís, Jorge. *Monografía del café*. San José: Imprenta Nacional, 1935.

Casey, J. "Ferrocarril al Atlántico en Costa Rica (1871-1874)". En: *Anuario de Estudios Centroamericanos*. No. 2:291-344.

Castells, Luis, ed. *La historia de la vida cotidiana*. Madrid: Marcial Pons, 1995.

Castillero Calvo, Alfredo. *El café en Panamá Siglos XVIII y XX*. Panamá: Ediciones Nari, 1985.

Castro Carvajal, Beatriz. *Historia de la vida cotidiana en Colombia*. Colombia: Editorial Norma, 1996.

Castro, Silvia y Pineda, Miriam. *Una visión de la economía del café en San Ramón a través de una empresa cafetalera: 1900-1935*. San José, mimeografiado, 1986.

Cerdas, José Manuel. "Los obreros en la época de la manufactura: sistemas y condiciones de trabajo en San José (1830-1960)". En: *Revista de Historia*. Heredia (Costa Rica) Número 31 (enero-junio 1995), pp. 127-162.

Cersosimo, Gaetano. *Los estereotipos del costarricense. (Un análisis de estereotipos sociales como instrumentos de control y dominación)*. San José: Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad de Costa Rica, 1977.

Chacón, Manuel Benito. "Monedas y símbolos protonacionalistas en Costa Rica (1821-1850)". En: *Fin de siglo XIX e identidad nacional en México y Centroamérica*. Iván Molina y Francisco Enriquez compiladores, Alajuela: Museo Histórico Juan Santamaría, 2000

Chacón Trejos, Gonzalo. *Tradiciones costarricenses*. San José: Editorial Costa Rica, sf.

Chacón de Odio, Flory. *Historia de El Gallito*. San José: Taller Gráfico El Gallito, 1979.

Chartier, Roger. *El mundo como representación, Historia cultural entre práctica y representación*. España: Gedisa, 1992.

Cohn, B.S. "History and Anthropology: The State of Play". En: *Comparative Studies in Society and History*. V: 22, No. 2. (Abril 1980) pp. 198-221.

Como preparar un buen café". Comisión Nacional del Café, México: Comisión Nacional del Café. -

JSM-c 1965 Bro. 1873. Moreira, Nicolau Joaquim.

Costa Rica. *Libro azul de Costa Rica*. San José: Imprenta Alsina, 1916.

Counihan, Carole y Van Esterik, Penny. *Food and culture. A reader*. Great Britain, 1997.

Cranfield, Goffrey Alan. *The press an society*. Great Britain: Longman Group Limited, 1978, p.105-230.

Crystal-InfoCenter basado en datos del Consejo Salvadoreño del Café, con base a cifras de documento OIC, EB 3535/95 (E)

Csikszentmihalyi, Mihaly & Rochberg-Halton, Eugene. *The meaning of things. Domestic Symbols and the Self*. USA: Cambridge University Press, 1981.

De Biesanz, Mavis, Biesanz, Richard y De Biesanz, Karen. *Los costarricenses*. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia, 1979.

De Hoyo, Luis. *Costa Rica de la mano*. San José: spi, 1926.

Echeverría, Aquileo. *Concherías*. San José: Editorial Costa Rica, 1995.

Echeverría Morales, Guillermo. *Breve historia del café. Como llegó a Costa Rica*. San José: Trejos Hermanos, 1972

*El "Libro Azul" de Guatemala*. Guatemala, 1915.

Eliás, Norbert. *La sociedad cortesana*. México: Fondo de Cultura Económica, 1982.

\_\_\_\_\_. *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. México: Fondo de Cultura Económica, 1989.

Essemuyr, Mats. "Prohibition and diffusion. Coffee and coffee drinking in Sweden 1750-1970". En: *Coffee in the Context of European Drinking Habits*. Zürich: Johann Jacobs Museum, 1991, pp. 83-102.

Ewen, Stuart. *Todas las imágenes del consumismo. La política del estilo en la cultura contemporánea*. México: Editorial Grijalbo, 1991.

Fallas, Carlos Luis. *Mamita Yunai*. San José: Editorial Costa Rica, 1998.

\_\_\_\_\_. *Mi Madrina*. San José: Editorial Costa Rica, 1972.

\_\_\_\_\_. *Marcos Ramírez*. San José: Editorial Costa Rica, 1995.

\_\_\_\_\_. *Tres cuentos*. San José: Editorial Costa Rica, 1973.

Flandrin, Jean-Louis. "Historia de la alimentación: por una ampliación de las perspectivas". En: *Revista D'Història Moderna manus Crits*. Universidad Autónoma de Barcelona, No. 6, Deseembre, 1987

Fenton, Alexander. "Coffee drinking in Scotland en the 17th-19th centuries". In: *Coffee in the Context of European Drinking Haits*. Zürich: Johann Jacobs Museum, 1991, pp. 93-103.

Fenton, Alexander and Kisbán, Eszter. Ed. *Food in Change Eating Habits from the Middle Ages to the Present Day*. USA: John Donald Publishers in association with The National Museums of Scotland, 1986.

Fernández Guardia, Ricardo. *Costa Rica en el siglo XIX. Antología de viajeros*. San José, EDUCA, 1982.

Ferreto, Adela. *Crónicas de un tiempo*. San José: Editorial Costa Rica, 1978.

Ferreto de Saenz, Adela y Meléndez, Carlos. *Nueva historia de Costa Rica*. San José: Imprenta Las Américas Ltda, 1970.

Flandrin, Jean-Louis. *Histoire de l'alimentation*. París: Fayard, 1996.

Fumero, Patricia. "La ciudad en la aldea. Actividades y diversiones urbanas en San José a mediados del siglo XIX". En: *Héroes al gusto y libros de moda*. Iván Molina y Steven Palmer ed. San José. Editorial Porvenir y Plumsock Mesoamerican Studies, 1992.

García Curado, Anselmo. *Cafetines con pedigrí*. Editorial Sendrera Zariquiey, 1999.

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

\_\_\_\_\_. Néstor. *La Globalización imaginada*. México: Editorial Paidós, 1999.

\_\_\_\_\_. García Monge, Joaquín. *El Moto*. San José: Editorial y Distribuidora Centroamericana, 1969.

\_\_\_\_\_. "Las hijas del campo". En: *Obras escogidas*. San José: Educa, 1978.

García Curado, Anselmo. *Chocolate oro liquido*. Barcelona: Editorial Sendrera Zariquiey, 1996.

Geissler, Catherine and Oddy, Derek J. *Food, Diet and Economic Change. Past and Present*. USA: Leicester University Press, 1993.

Gellner, Ernest. *Nacionalismo*. Barcelona: Ed. Destino, 1998.

Gonzales Tascon, Ignazio. "The coffee innovation culture versus the chocolate tradition during the eighteenth and nineteenth centuries. In: *Coffee in the Context of European Drinking Habits*. Zürich: Johann Jacobs Museum, 1991, pp. 145-152.

González, Luisa. *A ras del suelo*. San José: Editorial Costa Rica, 1994.

González, Edwin. *Nuestra Historia. Evolución de la población de Costa Rica 1840-1940*. San José: UNA/UNED, 1991.

\_\_\_\_\_. *Evolución histórica de la población de Costa Rica (1840-1940)* (Nuestra Historia, fascículo 9). San José: Universidad Nacional-UNED, 1991.

González, Marcos. "La idea de Nación". En: *Urdimbres y tramas en la investigación interdisciplinaria*. José Eduardo Rueda y Marcos González, compilador. Bogotá: editorial Magisterio, 1998.

González Zeledón, Manuel. *Cuentos de Magón*. San José: Editorial Costa Rica, 1994.

González, Yamileth. *Continuidad y cambio en la historia agraria de Costa Rica*. San José: Editorial Costa Rica, 1983.

Gudmundson, Lowell. "La Costa Rica cafetalera en contexto comparado". En: *Revista de Historia*. San José (Costa Rica), No. 14 (julio-diciembre de 1986), pp. 11-52.

\_\_\_\_\_. *Costa Rica before coffee: society and economy on the eve of agro-export expansion*. Minnesota, Universidad de Minnesota, Tesis de Doctorado, 1982.

Guerra, François-Xavier "De la política antigua a la política moderna. La revolución de la soberanía". En: *Los espacios públicos en Iberoamérica. Ambigüedades y problemas. Siglos XVIII-XIX*. pp. 109-139. México: Fondo de Cultura Económica, 1998.

\_\_\_\_\_. "Identidad y soberanía. Una relación compleja". En: *Imaginar la nación*. AHILA/LIT, 1994

Günther Lottes. Sidney Mintz on sugar; or, how anglo-saxon is world history? En: *Food and Foodways*. Vol. 2, pp. 121-129.

Gutiérrez Mata, José Miguel, Jiménez García, Mairene, Meléndez Asencio, María Auxiliadora, Salas Fermán, Julio César. "Reclutas, caites, fusiles y dolencias en la Campaña Nacional. 1856-1857 (Algunos aspectos sobre vida cotidiana)". Tesis de licenciatura en Historia. San José: Universidad de Costa Rica, 1997.

Hall, Carolyn. Costa Rica. *Una interpretación geográfica con perspectiva histórica*. San José: Editorial Costa Rica, 1984.

Rica, 1982. *El café y el desarrollo histórico-geográfico de Costa Rica*. San José: Editorial Costa

Hall, Stuart. "The local and the Global: Globalization and Ethnicity". In: *Dangerous Liaisons. Gender, Nation, & Postcolonial Perspectives*. McClintock, Anne, Mufti, Aamir, Shohat, Ella ed. USA: University of Minnesota Press, 1998.

Hardy, Christophe. *Le café des mosts et des saveurs*. Francia: Editions Herscher, 1998.

Heller, Hermann. *Teoría del estado*. México: FCE, 1998 (1934).

Hobsbawm, Eric. "Inventando tradiciones". En: *Historias*, 19 (octubre, marzo 1988), pp. 13-16.

\_\_\_\_\_. "La política de la identidad de la izquierda". En *Nexos*, 24 (agosto 1996), pp. 41-47.

\_\_\_\_\_. *Naciones y nacionalismos desde 1780*. Barcelona. Editorial Crítica, 1991.

Hroch, Miroslav. "La construcción de la identidad nacional. Del grupo étnico a la nación moderna". En: *Revista de Occidente*, (1994), pp. 45-60.

<http://www.fonaes.gob.mex/areas/comercn/cafe/port3.htm>

*Informe sobre la actividad cafetalera de Costa Rica*. Instituto Costarricense del Café, 1999, p. 30.

Jiménez, Max. *El domador de pulgas*. San José: Editorial Costa Rica, 1965.

Jiménez, Manuel de Jesús. *Selecciones*. San José: Editorial Costa Rica, 1964.

Jiménez, Michael. "De la plantación a la taza de café: café y capitalismo en los Estados Unidos, 1830-1930". En: *Innovar, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*. No. 6. Julio-Diciembre, 1995, pp. 149-165.

Kisbán, Eszter. "Coffee in Hungary: Its advent and integration into the hierarchy of meals". En *Coffee in the Contexto of European Drinking Habits*. Zürich: Johann Jacobs Museum, 1991, pp. 69-82.

Kriedte, Peter. Domestic commerce and foreign trade: general preconditions. In: *A New Social and Economic History, Vol. 2: 1630-1800*. Ed. Bay Sheilagh Ogilvie, London, usw. 1996, S. 100-133.

Láscaris, Constantino. *El costarricense*. San José: EDUCA, 1975.

Le Goff, Jacques, Chartier, Roger, Revel, Jacques. *Diccionario del saber moderno. La Nueva Historia*. España: Mensajer, s.f.

Lehoucq, Fabrice E. "Institucionalización de la democracia: trabas y alcances en la política de la

reforma electoral en Costa Rica". USA: Inédito. 2002.

León Villalobos, Edwin. *Fiestas escandalosas en la Cofradía de los Angeles* (1782) s.f.

Lynch, John. *Hispanoamérica 1750-1850 Ensayos sobre la sociedad y el Estado*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 1987.

Lyra, Carmen (seud). *En una silla de ruedas*. San José: Editorial Costa Rica, 1977.

Manderson, Leonore. *Shared Wealth and Symbol Food, Culture, and Society in Oceania and Southeast Asia*. London: Cambridge University Press, 1986.

Marín Juan José. "Notas varias sobre prostitución". San José: Inédito, 2000.

\_\_\_\_\_. "Prostitución y pecado en la bella y próspera ciudad de San José (1850-1930)@. En: *El paso del cometa. Estado, política social y culturas populares en Costa Rica (1800-1950)*. Iván Molina y Steven Palmer Editores, San José: Editorial Porvenir-Plumsock Mesoamerican Studies, 1994.

Martín Barbero, Jesús. *Comunicación fin de siglo ¿Para dónde va nuestra investigación?*. <http://www.geocities.com/CapitolHill/Congress/3768/investigacion/comJMB.htm>

Marx, Karl. *Contribución a la crítica de la economía política*. México: Siglo XXI, 1980.

McClintock, Anne; Mufti, Aamir; y Shohat, Ella, Ed. *Dangerous Liaisons. Gender, Nation, & Postcolonial Perspectives*. USA: University of Minnesota Press, 1998.

McCreery, David. *Rural Guatemala 1760-1940*. California: Stanford University Press, 1994.

Medick, Hnas. "Missionaries in the Row Boat. Ethnological Ways of Knowing as a Challenge to Social History". En: *Comparative Studies in society and History*. V:29, No.1. (Enero, 1987) pp.76-98.

Meléndez, Carlos. *La ilustración en el Reino de Guatemala*. San José: EDUCA, 1971.

Méndez y Mercado, Leticia Irene, coordinadora. *Identidad*. III coloquio Pual Kirchhoff. México. Universidad Autónoma de México, 1996.

Mennel, Stephen. *All Manners of Food*. USA: Illini Books, 1996.

Miller, Daniel. *Material Culture and Mass Consumption*. Great Britain: TJ Press (Padstow) Ltd., 1987.

Mintz, Sidney. *Tasting food, tasting freedom. Excursions into Eating, Culture, and the Past*. USA: Beacon Press, 1996.

- Sweetness and Power*. New York: Viking Penguin Ind., 1985.
- Molina, Iván. "Dinero y capital. El crédito en el Valle Central de Costa Rica (1824-1850)". En: *Avances de Investigación del Centro de Investigaciones Históricas*. San José (Costa Rica), No. 22 (febrero de 1987), pp. 1-64.
- Molina, Iván y Palmer, Steven. *La voluntad radiante. Cultura impresa, magia y medicina en Costa Rica (1897-1932)*. San José: Editorial Porvenir y Plumsock Mesoamerican Studies, 1996.
- Molina, Iván. *Costa Rica (1800-1850). El legado colonial y la génesis del capitalismo*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1991.
- Mora, Virginia. *Rompiendo mitos y forjando historia. Mujeres urbanas y relaciones de género en el San José de los años veinte*. Tesis de Maestría en Historia, San José: Universidad de Costa Rica, 1998.
- Murillo Chaverri, Carmen. *Identidades de hierro y humo. La construcción del ferrocarril al Atlántico 1870-1890*. San José: Editorial Porvenir, 1995.
- Needell, Jeffrey D. *A Tropical Belle Epoque: Elite Culture and Society in Turn-of-the-century Rio de Janeiro*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- Núñez, Francisco María. "Los destellos de la fragua". En: Zeledón Cartín, Elías. *Imágenes costarricenses*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1994.
- Oconitrillo, Eduardo y Enríquez, Francisco (Compiladores). *Historia de mi barrio (el San José de ayer)*. San José: Editorial Costa Rica, 1998.
- Odio Benito, Elizabeth. "Clausura del Centro Penal San Lucas, 1874-1991". Mimeografiado.
- Oliva, Mario. *Artesanos y obreros costarricenses (1880-1914)*. San José: Editorial Costa Rica, 1985.
- Orlove, Benjamín and Bauer, Arnold, Ed. *The allure of the foreign: imported goods in post colonial Latin America*. The University of Michigan Press, 1997.
- Ovares, Flora, Rojas, Margarita, Santander, Carlos y Carballo, María Elena. *La casa paterna. Escritura y nación en Costa Rica*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1993.
- Pacheco, Otoniel. *Directorio de la ciudad de San José*. San José: Tipografía Nacional, 1895.
- Packard, Vance. *Las formas ocultas de la propaganda*. Buenos Aires: Editorial sudamericana, 1978.
- Palmer, Steven. "Sociedad Anónima, cultura oficial: inventando la Nación en Costa Rica (1848-1900)". En: *Héroes al gusto y libros de moda. Sociedad y cambio cultural en Costa Rica (1750-1900)*. Iván Molina y Steven Palmer, editores. San José: Editorial Porvenir, Plumsock

Mesoamerican Studies, 1992.

\_\_\_\_\_. "El consumo de heroína entre los artesanos de San José y el pánico moral de 1929." En: *Revista de Historia*. Heredia, (Costa Rica). No. 25, (Enero-Junio 1992)

\_\_\_\_\_. "Hacia la "auto-inmigración" El nacionalismo oficial en Costa Rica (1870-1930)". En: *Identidades nacionales y estado moderno en Centroamérica*. Arturo Taracena y Jean Piel, compiladores. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1995.

Pendergrast, Mark. *Uncommon Grounds. The History of Coffee and How It Transformed Our World*. USA: Basic Book, 1999.

Peralta, Hernán. *Síntesis histórica de Costa Rica*. San José: Imprenta Gutenberg, 1935.

Peralta, Genaro. *Guía. Directorio de la ciudad de San José 1905*. San José: Imprenta y Librería Antonio Lehman, 1905.

Pérez, Héctor. *La economía política del café en Costa Rica. 1850-1950*. Avances de investigación No. 5. Centro de Investigaciones Históricas, Universidad de Costa Rica, 1981.

Peters, Gertrud. "La formación territorial de las fincas grandes de café en la Meseta Central: estudio de la firma Tournón (1877-1955)". En: *Revista de Historia*. Heredia (Costa Rica), Nos. 9-10 (enero-diciembre de 1980), pp. 81-167.

Pitte, Jean- Robert. *Gastronomie française*. París: Fayard, París, 1991.

Plattner, Stuart. *Antropología económica*. México: Alianza Editorial, 1991.

Polakowsky, Helmuth. En: Elías Zeledón, *Viajes por la República de Costa Rica*. Tomo II, San José: Editorial Costa Rica, 1997.

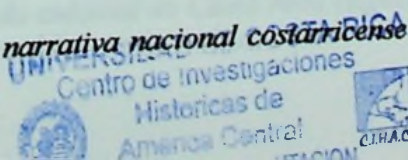
Popkin, Jeremy. *Revolutionary News. The Press in France (1798-1799)*. Duke: Duke University Press, 1990.

Quesada, Juan Rafael. "El dilema de la identidad cultural latinoamericana de cara al V centenario". En: *Revista de Ciencias Sociales*. San José (Costa Rica) 54-55: 11-27, Diciembre 1991-Marzo 1992.

Quesada, Rodrigo. *La Costa Rica Coffee Estates Limited: breve historia de un fracaso. 1897-1914*. Heredia, mimeografiado, 1986.

\_\_\_\_\_. "Ferrocarriles y crecimiento económico: El caso de Costa Rica Railway company, 1871-1905." En: *Anuario de Estudios Centroamericanos*. San José (Costa Rica), Vol. 9, 1993.

Quesada, Álvaro. *La formación de la narrativa nacional costarricense (1890-1910)*. San José.



Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1986.

Quesada Pacheco, Miguel Ángel. *Entre silladas y rejoyas. Viajeros por Costa Rica de 1850 a 1950*. San José: Editorial Tecnológica de Costa Rica, 2001

Quijano Quesada, Alberto. *Costa Rica ayer y hoy (1800-1930)*. San José: Editorial Borrásé Hermanos, 1939.

Ramírez de Aragón, Juana. *La cocina costarricense*. San José: Librería Lehmann, 1914.

Ramos, Lilia Comp. *Júbilo y pena del recuerdo*. San José: Editorial Costa Rica, 1965.

Rey, German. Las huellas de lo social. En: *Interacción, socialización y vida cotidiana. Revista Signo y Pensamiento*. Bogotá. Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación Social, 1987.

Rfmeseta.com

Rifkin, Jeremy. *El fin del trabajo*. Barcelona: Paidós, 1994.

Roche, Daniel. *Histoire des choses banales. Nisance de la consommation XVII-XIX siècle*. París: Fayard, 1994.

Rodríguez, Eugenia. *estructura crediticia, coyuntura económica y transición al capitalismo agrario en el Valle Central de Costa Rica (1850-1860)*. San José, Universidad de Costa Rica, Tesis de Maestría en Historia, 1988.

Rodríguez Vega, Eugenio. *Los días de don Ricardo*. San José: Editorial Costa Rica, 1971.

Rojas, Margarita y Ovarés, Flora. *100 años de literatura costarricense*. San José: Editorial Norma, 1995.

Rojas Solano, Héctor. *El café en Costa Rica. Origen, desarrollo, leyendas*. San José: Oficina del Café, 1972.

Rojas Chaves, Gladys Elena. *Café, ambiente, y sociedad, en la cuenca del Río Virilla, Costa Rica (1840-1955)*. Tesis de Maestría en Historia. Universidad de Costa Rica, 1998.

Román, Ana Cecilia. *El comercio exterior de Costa Rica (1883-1930)*. Tesis para optar al grado de licenciatura en Historia. San José: Universidad de Costa Rica, 1978.

Root, Deborah. *Cannibal Culture. Art, Appropriation, & the Commodification of Difference*. Oxford: Westview Press, 1996.

Rosés, Carlos. *El cacao en la economía colonial de Costa Rica (siglos XVII y XVIII)*. Tesis de licenciatura en Historia. San José: Universidad de Costa Rica, 1975.

- Ross de Cerdas, Marjorie. *Al calor del fogón*. San José: Editorial Cultur Art, 1986.
- Rowley, Anthony. *A table! La fête gastronomique*. Paris: Gallimard, Paris, 1994.
- Saborío Alvarado, Carlos Eduardo. *Reminiscencias 1930-1950. Vida y costumbres en Costa Rica*. San José: Imprenta Jannet, 1997.
- Sáenz Maroto, Alberto. *Historia Agrícola del café*. San José: Universidad de Costa Rica, 1970.
- Sáenz, Jorge León. *Evolución del comercio exterior y del transporte marítimo de Costa Rica. 1821-1900*. San José, Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1997.
- Samper, Mario, ed. *El censo de población de 1927: creación de una base nominal computarizada*. San José: Universidad de Costa Rica, Centro de Investigaciones Históricas, 1991.
- \_\_\_\_\_. "Los productores directos en el siglo del café". En: *Revista de Historia*. Heredia, (Costa Rica). No. 7 (1978). Pp. 123-217.
- Samper, Mario, Roserberry, William y Gudmundson, Lowell (compiladores). *Café sociedad y relaciones de poder en América Latina*. Heredia: EUNA, 2001.
- Samper, Mario. "Café, trabajo y sociedad en Centroamérica, (1870-1930): una historia común y divergente". En: *Historia General de Centroamérica*. Víctor Hugo Acuña, Editor, Madrid: Sociedad Estatal Quinto Centenario, FLACSO, 1993
- \_\_\_\_\_. *Generations of Settlers*. Westview Press, Boulder, 1990.
- \_\_\_\_\_. "¿Agricultor o jornalero? Algunos problemas de historia social agraria". En: *Revista de Historia*. Heredia (Costa Rica), s.n. (s.f.), pp. 1-49.
- \_\_\_\_\_. "Fuerzas políticas y procesos electorales en Costa Rica, 1921-1936." En: *Revista de Historia*. Heredia (Costa Rica). Número especial (1988), pp. 157-222.
- \_\_\_\_\_. *Producción cafetalera y poder político en Centroamérica*. San José: EDUCA, 1998.
- Sánchez Díaz, Gerardo. "La costumbre de tomar café". En: Romero, Matias. *El café de Urupan*. México: Morevallado Editores, 1999.
- Sancho, Mario. *Memorias*. San José: Editorial Costa Rica, 1961.
- Sandoval, Carlos. "Identidades profesionales en la industria de la publicidad". En: *Comunicación y construcción de lo cotidiano*. Patricia Vega, ed. San José: DEÍ, 1999.
- Schivelbusch, Wolfgang. *Tastes of Paradise. A Social History of Spices, Stimulants, and Intoxicants*. New York: Vintage Books, 1993.

- Slater, Don. *Consumer Culture & Modernity*. Great Britain: Polity Press, 1997.
- Smith, Anthony. "Tres conceptos de nación". En *Revista de Occidente*, (1994), pp. 7-22.
- \_\_\_\_\_. *National Identity*. USA: University of Nevada Press, 1993.
- Solís, Manuel y Ramírez, Mario. *El desarrollo capitalista en la industria costarricense (1850-1930)*. Tesis de licenciatura en Sociología, Universidad de Costa Rica, 1979.
- Soley Güell, Tomás. *Historia económica y hacendaria de Costa Rica*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1949.
- Spalding, Karen. *Essays in the Political, Economic and Social History of Colonial Latin America*. Delaware: University of Delaware, 1982.
- Stephens, John. *Incidentes of Travel in Central America, Chiapas and Yucatan*. 2 Vol. New York: DOVER Publications, Ind., 1969.
- Stone, Samuel. *Los cafetaleros*. Lecturas Complementarias, Cátedra de Historia de las Instituciones de Costa Rica, Universidad de Costa Rica, 1976.
- Tannahill, Reay. *Food in History*. USA: Three Rivers Press, 1988.
- Taracena Arriola, Arturo. "Liberalismo y poder político en Centroamérica". En: *Historia General de Centroamérica*. Tomo IV. España: Ediciones Siruela S.A., 1993.
- \_\_\_\_\_. "Nación y república en Centroamérica." En: *Identidades nacionales y estado moderno en Centroamérica*. Arturo Taracena y Jean Piel, compiladores. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1995.
- Tilly, Charles. *Coerción, capital y los Estados europeos, 990-1990*. Madrid: Alianza Editorial, 1992.
- Tomás Dueñas, Francisco. "Las monedas tipo de Costa Rica". EUNED, San José, 1994. En: <http://numismática.8m.com>.
- Tristán, Fidel J. *Baratijas de antaño*. San José: Editorial Costa Rica, 1966.
- Ukers, William. *All About Coffee*. New York, 1022.
- Vallecillos, Rocío. *La dinámica del comercio en la provincia de Costa Rica 1760-1800*. Tesis de Licenciatura en Historia, San José: Universidad de Costa Rica, 1997, p. 66.
- Vargas Cullel, María Clara. *Práctica musical en Costa Rica (1840-1910)*. Tesis de posgrado en historia. Universidad de Costa Rica, 2000.

- Vargas, Macabeo. *!Oh tiempos aquellos! Antañerías*. San José: Imprenta Borrasé, 1952.
- Vargas Coto, Joaquín. *Crónicas del Húsar Blanco*. San José, Editorial Costa Rica, 1994.
- Veblen, Thorstein. *The Theory of the Leisure Class*. New York: Dover Publications, Inc., 1994.
- Vega, Jiménez Patricia. "La diversificación de los patrones de consumo en San José (1857-1861)". En: *Revista de Historia*, Heredia (Costa Rica) No.24 (Julio- Diciembre 1991) pp. 53-88, 1991.
- \_\_\_\_\_. "La diversificación de los patrones de consumo en San José (1857-1861)". En: *Héroes al gusto y libros de moda*, San José: Editorial Porvenir, 1992.
- \_\_\_\_\_. "From Benches Of Sofas: Diversification Of Patterns Of Consumption in San José (1857-1861)" In: *The Allure Of the Foreign*. Michigan: The University Of Michigan Prez. Pp. 67-92, 1997.
- \_\_\_\_\_. "The world Of the Consumption in San José (1866-1892)". In. *Material Culture, Life Styles, and Consumption in the Iberian World, 16th-19th Centuries*. University Of Delaware, Estados Unidos, abril, 1996. (In press).
- \_\_\_\_\_. *De la imprenta al periódico*. San José: Editorial Porvenir, 1995.
- Vega, José Luis. *Hacia una interpretación del desarrollo costarricense: ensayo sociológico*. San José: Editorial Porvenir, 1982.
- Vega, Milena. "Propuesta teórica para el estudio de los estilos de vida en la Costa Rica contemporánea". En: *Contribuciones*. Instituto de Investigaciones Sociales, No. 31, 1997.
- \_\_\_\_\_. "Cambios generales en los patrones de consumo de los costarricenses (1980-1997): primera aproximación" En: *Contribuciones*. Instituto de Investigaciones Sociales, No. 32, julio, 1998.
- Viales, Ronny, "Libre cambio, universalismo e identidad nacional: la participación de Costa Rica en las exposiciones internacionales de fines del siglo XIX." En. *Fin de siglo XIX e identidad nacional en México y Centroamérica*. Alajuela: Museo Histórico Juan Santamaría, 2000, pp. 357-388.
- Wagner, Regina. *Historia del café de Guatemala*. Japón: Toppan Printing Co, 2001.
- Wagner, Moritz y Scherzer, Carl. *La República de Costa Rica en Centroamérica*. San José: Imprenta Lehmann, 1944.
- Warde, Alan y Martens, Lydia. *Eating Out. Social Differentiation, consumption and Pleasure*. United Kingdom: Cambridge University Press, 2000.

Williams, Robert. *States and Social Evolution. Coffee and the Rise of National Governments in Central America*. USA: The University of North Carolina Press, 1994.

Wolf, Eric. *Europa y la gente sin historia*. México: Fondo de Cultura Económica, 1987.

Zeldin, Theodore. *The French*. London. Fontana Paperbacks, 1984.

Zeledón Cartín, Elías. *La navidad costarricense*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1999.

\_\_\_\_\_ (Compilador). *Leyendas costarricenses*. Heredia: EUNA, 1996.

\_\_\_\_\_ (Compilador) *Imágenes costarricenses*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1994.

\_\_\_\_\_ *Viajes por la República de Costa Rica*. 3 Vol. San José: Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, 1997.

## I. DOCUMENTOS IMPRESOS

### 1. COLECCIÓN DE LEYES Y DECRETOS

Estatuto del Hospital San Juan de Dios y Lazareto. San José: Junta de Protección Social, 20-6-1883.

*Colección de Leyes y Decretos*. San José: Imprenta Nacional, 1834-1940

*Colección de Leyes y Decretos de Costa Rica*. San José: Imprenta Nacional, 1949

*Colección de Leyes y Decretos de Costa Rica*. San José: Imprenta Nacional, 1951.

Reglamento de Policía 1849

Secretaría de Salubridad Pública y Protección Social. Legislación Sanitaria. 1936-37. Imprenta Nacional, 1937, pp. 60-65.

### 2. REVISTAS DEL INSTITUTO DE DEFENSA DEL CAFÉ

*Revista del Instituto de Defensa del Café*. No. 1. (Noviembre, 1934).

*Revista del Instituto de Defensa del Café*. No. 2. (Diciembre, 1934).

*Revista del Instituto de Defensa del Café*. No. 3. (Enero, 1935).

*Revista del Instituto de Defensa del Café*. No. 4. (Febrero, 1935)

*Revista del Instituto de Defensa del Café*. No. 7. (Mayo, 1935).

*Revista del Instituto de Defensa del café*, No. 18, (1936).

*Revista del Instituto de Defensa del Café*. No. 32-33. (Junio-julio, 1937)

*Revista del Instituto de Defensa del Café*. No. 45. Tomo VI. (1938).

*Revista del Instituto de Defensa del Café*. No. 64-65. (Febrero-marzo, 1940).

*Revista del Instituto de Defensa del Café*. No. 68. Tomo IX. (1940).

*Revista del Instituto de Defensa del Café*. No. 75. Tomo X. (1940-1941).

*Revista del Instituto de Defensa del Café.* No. 85, (1941).

*Revista del Instituto de Defensa del Café.* No. 87. Tomo XI. (1942).

*Revista del Instituto de Defensa del Café.* No. 105. Tomo XIII. (1943).

*Revista del Instituto de Defensa del Café.* No. 106. Tomo XIII. (1943).

*Revista del Instituto de Defensa del Café.* No. 140. Tomo XVI. (1946).

*Revista del Instituto de Defensa del Café.* No. 157. Tomo XVIII. (1947).

*Revista del Instituto de Defensa del Café.* No. 158. Tomo XVIII. (1948).

Informe del café de Costa Rica. Instituto de Defensa del Café, 1940

### 3. PERIODICOS

<b>NOMBRE</b>	<b>FECHA</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>FECHA</b>
El Noticioso Universal	1833 -1834-1835	El Heraldo De Costa Rica (Diario Del Comercio)	1897 -1898
La Tertulia	1834	El Figaro	1901
El Mentor Costarricense	1843 -1844-1845	La Revista	1901
La Paz y el Progreso	1847 -1848	El Heraldo de Costa Rica	1901
El Costarricense	1848	El Progreso	1901
Eco del Irazú	1854 -1855	Al Día	1901
Crónica de Costa Rica	1857 -1858	La Prensa Libre	1901 -1903-1904
Pasatiempo	1857	Siglo XX	1901
Album Semanal	1858 -1859	El anunciador costarricense	1901 -1909
Nueva Era	1859 -1860	El día	1902
El Ferrocarril	1872	Boletín Comercial	1902

NOMBRE	FECHA	NOMBRE	FECHA
El Costarricense	1873 -1874	La República	1902 -1903
Diario de Costa Rica	1885 -1886	El Mensajero	1902
Otro Diario	1885-1886	El Noticiero	1902- 1903- 1906
La Chrimia	1886	El Pacífico	1903 -1904
La República	1887 -1889	Las Noticias	1904
Diario Costarricense	1888 -1889	El Mundo	1905
La Nación	1888	La Unión Comercial	1906 -1907
El Heraldo. Diario Republicano Independiente	1890 -1892	Suplemento La Tribuna	1935
El Diarito	1894	La Tribuna	1941
		Diario de Costa Rica	1925 -1926- 1952

#### 4. GUÍAS COMERCIALES

Dirección General de Estadística y Censos. Censo comercial de 1915. San José: Imprenta Nacional, 1916.

Guía Comercial de Costa Rica, 1927. San José, Imprenta La Tribuna, 1927.

Guía Comercial de Costa Rica. San José: Cámara de Comercio de Costa Rica, 1928.

Guía Comercial de Costa Rica. San José: Cámara de Comercio de Costa Rica, 1950

Pacheco, Otoniel. *Directorio de la ciudad de San José*. San José: Tipografía Nacional, 1895.

Peralta, Genaro. *Guía. Directorio de la ciudad de San José 1905*. San José: Imprenta y Librería Antonio Lehman, 1905.

Peña, Humberto. *San José de Costa Rica. Pequeña guía de bolsillo*. San José: La Tribuna, 1929.

Schroeder, John. *Directorio de la ciudad de San José. Un folleto sobre inmigración*. San José, Imprenta Nacional, 1890

## 5. CENSOS DE POBLACION

Censo de Población 1864. San José: Oficina de Estadística y Censos, 1964.

Censo de Población 1883. San José: Oficina de Estadística y Censos, 1964.

Censo de Población 1892. San José: Oficina de Estadística y Censos, 1974.

Censo de Población 1904. San José: Oficina de Estadística y Censos, 1905.

Censo de Población 1927. San José: Oficina de Estadística y Censos, 1927.

## 6. CENSOS CAFETALEROS

RIDC. Censo cafetalero, 1935.

## 7. ANUARIOS ESTADÍSTICOS.

Oficina de Estadística de Censos. San José, Costa Rica.

Años: 1883-1940.

## 8. MEMORIAS

Memorias de Hacienda y Comercio. San José: Imprenta Nacional, 1900-1930.

Memoria anual Ministerio de Economía y Hacienda. San José: Imprenta Nacional, 1951.

## 9. MENSAJES PRESIDENCIALES

*Mensajes Presidenciales (1824-1859)*. Tomo I. Carlos Meléndez, comp. San José: Editorial Texto, 1981.

*Mensajes presidenciales 1885-1906*. Comp. Carlos Meléndez. San José: Editorial Texto, 1981.

*Mensajes presidenciales 1906-1916*. Comp. Carlos Meléndez. San José: Editorial Texto, 1983.

*Mensajes Presidenciales (1918-1928)*. Tomo V, Carlos Meléndez, comp. San José: Editorial Texto, 1985.

*Mensajes Presidenciales (1928-1940)*. Tomo VI. Carlos Meléndez, comp. San José: Editorial Texto, 1987.

## 10. REVISTAS

Revista de Costa Rica. Año II, San José: julio-agosto 1921, No. 11-12.

*República de costa Rica. Su historia y desenvolvimiento cultural, agrícola e industrial.* San José: s.p.i., 1935.

*Revista de Costa Rica en el siglo XIX.* Tomo I. San José. Tipografía Nacional, MCMII.

## II. ESTREVISTAS

Abad, Lesly. Representante de la Oficina del Café en Turrialba. Entrevista. San José: 7-9- 1999.

Cortés, Rodolfo. Entrevista, San José, 7 de agosto, 2001.

De la Cruz, Gilberto. San Carlos, 10 de mayo, 2002

Jiménez, Iris. Entrevista. Turrialba, 10-9-2000.

Jiménez Aguilar, Manuel. Entrevista. Turrialba, 10-9-2000.

Jiménez, Enrique. Turrialba, 15 de noviembre, 2001.

Rojas, Teresa. Entrevista. Turrialba, 10-9-2000.

Sánchez, Alexander. Presidente de la Cámara de Torrefactores. Entrevista. 9 de setiembre, 1999

Vargas, Gilberto. Entrevista, 25/9/2000. San Marcos de Tarrazú.

## II. DOCUMENTOS MANUSCRITOS

### 1. ARCHIVO NACIONAL DE COSTA RICA

#### 1.1. Serie Fomento, 1821-1940

<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>	<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>
1841	1732	1872	29272
1841	4169	1872	4769
1844	2434	1872-1873	4748

<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>	<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>
1844	3697	1872-1873	4509
1844	1759	1872-1874	4551
1844-1845	3892	1873	1475
1845	3763	1873	1550
1845	3757	1873	3584
1845	3687	1873	1577
1846	4562	1873	1527
1846-1847	4121	1875	1547
1847	4005	1875	1582
1847	3794	1875	429
1847	4199	1875	1538
1848	4099	1875	491
1849	3772	1875	455
1849	3791	1875	421
1850	4183	1876	379
1854-1856	4359	1877	8384
1863-1866	4030	1878	1109
1864	4505	1878	4193
1864	3730	1871	634
1864	4161	1871	1492
1864	4162	1879	375
1864	3716	1879	394
1864	3783	1879	395
1865	3868	1879	407
1865	3739	1879	374

<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>	<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>
1865	3739	1879	3815
1865	3868	1884	4410
1866	3605	1884	4048
1866	3707	1884	4226
1866	3678	1884	4178
1866	3688	1885	3748
1866	3558	1885	4054
1866	3734	1885	3784
1866	3733	1888-1889	4357
1866	3731	1896	3505
1866	3605	1898	2427
1866	3633	1924	1341
1866	3545	1925	14172
1866	3924	1929	1542
1868	3878	1933	16736
1868-1869	4196	1935	17320
1869	3855	1936	17732
1869	4105	1937	18352
1869	3856	1930-1940	2471

### 1.2. Serie Guerra y Marina

<b>AÑO</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>AÑO</b>	<b>NÚMERO</b>
1856	4632	1861	4450
1856	4749	1861	10335
1856	10287	1861	10500
1856	4789	1861	10818

<b>AÑO</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>AÑO</b>	<b>NÚMERO</b>
1856	10286	1875	4966
1856	10578	1875	6076
1856	4757		
1856	4666		

## 1.3. Serie Policía

<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>	<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>
1887	5487	1890	4914
1888	5192	1901	665
1888	653	1901	43
1889	671	1912	4270
1890	4915	1912	5945

## 1.4. Serie Cartago

<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>	<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>
1716	1081	1791	3439
1720	1080	1806	1778
1775	633	1807	1866
1777	1776	1808	1084
		1809	2050

## 1.5. Serie Mortuales

<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>	<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>
1880	328	1888	049
1889	2225	1892	018

## 1.6. Serie Gobernación

<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>
1840	24996
1940	971

## 1.7. Serie Complementaria Colonial.

<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>
1791	3439
1820	3209
1820	3223
1892	4915

## 1.8. Protocolos Notariales

<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>	<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>
1892	059	1889	084
1893	100	1896	046
1889	053	1899	129
1889	063	1889	131

## 1.9. Serie Congreso

<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>	<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>
1849	5465	1912	20992
1848-1849	5561	1913	21031
1849	5461	1914	21059
1850	5294	1919	21070
1851	21818	1922	21062
1853	7321	1923	20999
1854	7483	1925	335

<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>	<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>
1858	5988	1925	20998
1869	20978	1926	20997
1883	8819	1927	20996
1884	21125	1928	20995
1886	21097	1929	21000
1889	9191	1932	20979
1896	3505	1933	20994
1896	21009	1933	16483
1901	21015	1934	21001
1902	21010	1935	21002
1905	21053	1937	1592
1908	20981		
1909	20987		
1911	20985		

#### 1.10. Serie Hacienda

<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>	<b>AÑO</b>	<b>EXPEDIENTE</b>
1836	19648	1919	29088
1836	13672	1926	17741
1856	16276	1951	12348

## 2. ACTAS DEL INSTITUTO DE DEFENSA DEL CAFÉ

Años: 1934-1940

### IV. FOTOS

Colección de Fotos de Gonzalo Montero. San José, 2002.

---

Colección CIRMA, Guatemala, 2002.

**3. DOCUMENTOS HISTÓRICOS.**

Colección de documentos de León Fernández. 1881-1907.

Documentos para la historia de Costa Rica. 1902-1905.