

LA POLÍTICA ECONÓMICA LIBERAL Y SU ROL EN EL CONSUMO DE BIENES “MONOPOLIZADOS”. EL CASO DEL MONOPOLIO DEL TABACO EN COSTA RICA (1880-1907)

Anthony Goebel M.

Resumen

El artículo analiza el rol del Estado costarricense como “agente comercial” en las postrimerías del siglo XIX y el amanecer del XX a través del caso específico del monopolio del tabaco en su transición de un “cultivo doméstico” a un “bien industrializado”. Asimismo, el trabajo busca dimensionar el peso del tabaco en las rentas estatales y cómo la progresiva complejidad de la demanda, como parte de un creciente proceso de diversificación en los patrones de consumo de dicho bien, derivaron en visibles cambios en las estrategias de comercialización impulsadas por el Estado. Si bien estas estrategias no evitaron la ruptura del monopolio y la irrupción de la dinámica privada, sí parecen evidenciar que la concepción del Estado “liberal” como un vigilante pasivo y un mero espectador del *laissez-faire* merece ser matizada.

Abstract

The article analyzes the role of the Costa Rican State as a “commercial agent” in the period between the final part of the 19th Century and the beginning of the 20th, through the specific case of the tobacco monopoly during its transition from a domestic crop to an industrialized good. Furthermore, this work seeks to evaluate the impact of tobacco on State revenue and the manner in which the increasingly intricate characteristics of the demand, as part of a growing diversification process in consumer patterns, generated visible changes in business strategies driven by the State. Although these strategies did not prevent the monopoly from breaking up and private enterprise from rushing in, it does seem to evidence that the conception of a “liberal” State as a passive guardian or a simple spectator of the *laissez-faire*, deserves to be evaluated.

Introducción

El estudio de la dimensión económica y social del Estado liberal costarricense ha propiciado la profundización en el rol que el mismo adquirió en la puesta en marcha de un modelo de desarrollo específico y contextualizado, que escapa al simplismo tradicional que suele asociar, de manera “automática”, a dicho modelo con el liberalismo

económico importado de Europa, y, de manera más específica con el librecambismo comercial, sin tomar en cuenta los procesos de asimilación y adaptación contextual de los que suelen ser objeto, tanto los modelos económicos como los patrones culturales que un país o región adopta como propios.

De esta manera, aspectos como la pasividad observante de un Estado atomizado, con escasa inversión en los servicios sociales, y que en el ámbito económico se adhiere incondicionalmente al juego libre del mercado, han sido objeto, recientemente, de nuevos matices analíticos y reconceptualizaciones.¹ Lo anterior no pretende dejar de lado la evidente adscripción de la consolidada burguesía costarricense a la *filosofía* liberal – positivista, que veía en la modernización infraestructural y el cambio cultural, los ejes fundamentales tanto del “progreso” material, como de su autolegitimación y perpetuación en el poder, ya en el plano ideológico. Lo que sí consideramos, es que la aplicación específica de este modelo se vio influida, en el ámbito económico, por las variaciones coyunturales propias de una economía dependiente del sector primario, y, en su dimensión sociocultural, por elementos subjetivos e intersubjetivos referentes, esencialmente, a la construcción de estructuras de significado por parte de los distintos sujetos históricos.

La intervención decidida del Estado en ámbitos como la colonización agrícola², el aumento creciente en la cobertura de los servicios de salud y educación, la institucionalización e instrumentalización del quehacer científico, así como el desarrollo infraestructural orientado esencialmente hacia la integración del mercado interno³ y el impulso al comercio exterior, son, entre otros, los signos más evidentes del modelo de desarrollo económico impulsado por los liberales.

En el ámbito específico de la intervención del Estado liberal en la política económica, destaca su participación activa en la producción y/o comercialización del tabaco y el alcohol, actividades ambas que revistieron un carácter monopolístico.

De esta manera, y alejándose de la ortodoxia librecambista, dichas actividades se constituyeron en un soporte vital para el sostenimiento del Estado en períodos críticos del comercio exterior, donde el arancel sobre los bienes importados era la base de los ingresos estatales de un modelo económico guiado por las exportaciones.

Las estrategias de comercialización y las características del consumo de estos bienes “monopolizados”, no se pueden, sin embargo, considerar como elementos de asociación automática con el comportamiento de las variables macroeconómicas.

Ya desde la década de 1960, autores como Thompson⁴ comenzaron a distanciarse del estructuralismo marxista, al considerar que la dinámica social no puede ser explicada de manera exclusiva y excluyente por su estructura económica, sino que por el contrario, aspectos superestructurales como los cambios y permanencias en los patrones culturales, son elementos que difícilmente pueden dejarse de lado en el análisis histórico.

Es así, como en la búsqueda de un enfoque integral, consideramos que tanto los elementos estructurales como las construcciones de significados nos permiten acercarnos a diferentes problemas, o a las dimensiones diferenciadas presentes en un mismo problema histórico, por lo que más que dicotómicos, ambos “puntos de partida” deben ser considerados, desde nuestra óptica, como complementarios.

Por otra parte, si bien la importación de bienes suntuarios y el consumo de los mismos, se constituyen como las “dos caras” interactuantes e interrelacionadas del mercado capitalista, coincidimos con autores como Bauer y Orlove, para quienes el consumo en perspectiva histórica reviste especificidades que le otorgan cierto grado de autonomía⁵. Lo anterior nos conduce directamente al problema planteado en el presente análisis, que busca, en esencia, dimensionar el *rol* del Estado en el consumo de productos que él mismo producía y/o comercializaba en forma monopolística, buscando profundizar, de manera específica en el monopolio tabacalero, y, de esta manera, acercarnos a brindar respuestas iniciales a las siguientes interrogantes: ¿Cuál fue el rol económico concedido al monopolio del tabaco en el modelo de desarrollo económico impulsado por los liberales? ¿Qué características tuvo la publicidad generada por el Estado para promover el consumo de dicho bien monopolizado? ¿Es posible relacionar las variables macroeconómicas con los cambios cualitativos y cuantitativos en las estrategias de comercialización del tabaco, ante la necesidad de incrementar el consumo de dicho producto?

Por otra parte, y desde el lado de la demanda nos preguntamos ¿qué elementos relacionales se pueden establecer entre los cambios en los contenidos publicitarios y las variaciones en los patrones en el consumo del tabaco en la Costa Rica de finales del siglo XIX y principios del XX?

Para poder acercarnos a brindar respuestas a las interrogantes planteadas, y conscientes del carácter complejo de la problemática a analizar, el presente ensayo se ha dividido en dos partes fundamentales.

La primera, esencialmente descriptiva, tiene como objetivo central la contextualización del *rol* económico que el monopolio del tabaco adquirió desde su origen colonial hasta las reformas liberales, donde decae vertiginosamente como fuente de ingresos estatales hasta la eliminación final de monopolio en 1908.⁶ Se buscará, asimismo caracterizar su estructura productiva, y acercarnos a dimensionar la transición de “cultivo público” a “industria privada” de la que fue objeto el tabaco como actividad económica.

Sin embargo, y no conformes con una explicación “estructural” del comportamiento económico del tabaco como actividad monopolística, la segunda parte, se orienta hacia el estudio del consumo en su dimensión cultural, y busca mediante el análisis del contenido publicitario de los “avisos” publicados en la Gaceta Oficial, y referentes a la comercialización del tabaco, acercarse a las cualidades (precio, características, procedencia, entre otras) destacadas por el Estado como agente comercial, interesado en propiciar el consumo del producto que otrora se había constituido como la base de las rentas estatales, y que, desde nuestra óptica no puede “resistir” la diversificación en los patrones de consumo tabacalero y la consecuente complejización de la demanda, aspectos que son asumidos por el sector privado tras la eliminación del monopolio.

Como se deduce de lo hasta aquí expuesto, el presente análisis no se centra en el consumo conspicuo de bienes importados como actividad privada y “libre”, sino que por el contrario, busca dimensionar el consumo de un bien caracterizado por la intermediación obligada del Estado en su producción y/o comercialización.

El año de inicio del análisis es el de 1880, en el tanto existe coincidencia entre varios autores en que es en las últimas dos décadas del siglo XIX, cuando se consolida el Estado liberal en sus diferentes ámbitos.

Por otra parte, la fecha de término, situada en 1907, se justifica en el tanto, se trata del último año en que el tabaco formó parte de las rentas estatales, pues a la libre siembra, decretada en 1896,⁷ siguió la eliminación de la renta tabacalera, permitiéndose, como ya se mencionó, su libre introducción a partir de 1908.

No se puede obviar el carácter provisional del presente trabajo, – al igual que la mayor parte del conocimiento histórico – y como un primer acercamiento a esta temática específica, somos conscientes de que una parte considerable de las variables explicativas derivadas del presente análisis, merecerán una mayor profundización y sistematización en espera de futuras investigaciones, por lo que si este intento de respuesta a las interrogantes planteadas, genera nuevas interrogantes e inquietudes de investigación, el autor de este ensayo estará más que satisfecho.

“Librecambio” y “proteccionismo”: Algunos matices analíticos

El librecambio, es en esencia, la expresión económica más pura del liberalismo económico, y se basa en términos generales en la eliminación de todo tipo de prohibiciones y restricciones que afecten el desarrollo de actividades económicas individuales, rechazando las actividades de carácter monopolístico⁸. A lo anterior se le debe agregar, el hecho de que esta teoría considera nociva la intervención estatal en la actividad económica en general que debe quedar supeditada a las leyes del mercado.

En el aspecto fiscal, de manera específica, la aplicación de esta teoría implicaba la reducción, al máximo posible de los impuestos tanto a la exportación como a la importación de productos y bienes de diversa índole.

Para el caso específico de Costa Rica, Manuel Calderón nos habla de un período “librecambista” que va de 1885 a 1930, con esporádicos intentos de aplicación de medidas proteccionistas realizados en 1902 y 1903, pero que fracasaron tanto por su carácter prohibitivo como por el hecho de que cualquier medida de esta naturaleza entraría de inmediato en conflicto con los intereses de los grupos beneficiados por el comercio internacional, vinculados a la exportación de café y a la importación de bienes suntuarios provenientes principalmente de Europa en un inicio y luego de Estados Unidos⁹.

La política fiscal basada en el liberalismo ortodoxo¹⁰ fue más que evidente. El principal rubro del cuál dependían los ingresos del erario público era el arancel a las importaciones. Los impuestos directos fueron inexistentes hasta 1918, y en los años en que se gravó la exportación del café, su importancia como ingreso estatal fue marginal. En términos generales el Estado costarricense siempre estuvo “reacio a imponer tributos directos a la actividad económica privada.”¹¹

Como queda claro, la política económica en general, y fiscal en particular del Estado costarricense, estuvo orientada al beneficio del sector exportador- importador que en esencia lo gobernaba.

Por otro lado, el proteccionismo, entendido como el conjunto de medidas destinadas a establecer regulaciones al comercio internacional con una clara intervención del Estado en la economía, fue aplicado con las características mencionadas antes de 1930, y de manera más específica en la administración González Flores, ya que por los efectos de la guerra la baja en las importaciones obliga a aplicar medidas alternativas como las rebajas salariales en el sector público, la nacionalización de los seguros, la fundación del Banco Internacional de Costa Rica como primer banco estatal, la inconvertibilidad de billetes en oro, así como la prohibición, salvo casos excepcionales de exportar plata y oro¹². Si bien González Flores estuvo en el poder únicamente de 1914 a 1916, y de hecho la aplicación de las mencionadas medidas le costó su permanencia en el poder, es destacable el hecho de que algunas de ellas dejaron una huella imborrable en el devenir de la historia económica costarricense y en el estado y composición de sus finanzas públicas, principalmente la creación del ente bancario así como la nacionalización de los seguros. Como se observa con claridad, en un período donde los precios de las exportaciones tienden al crecimiento, no existe una correlación automática entre dicha bonanza y la estabilidad financiera del estado, al depender este último, como ya se mencionó casi en su totalidad de los aranceles a las importaciones.

Las medidas que podríamos así catalogar de proteccionistas, fueron aplicadas casi de manera exclusiva en períodos de crisis, y el ejemplo más evidente fue la gran depresión de 1929, cuando Costa Rica, dependiente de materias primas no estratégicas¹³, se ve afectada por la disminución en los precios de las exportaciones y el aumento creciente de los precios en los bienes de consumo importados, lo que obliga de nuevo a reducir las importaciones, lo que condujo de inmediato a una merma en los ingresos estatales, a lo que se le debe agregar como agravante el aumento en “la tasa fija de interés nominal de la deuda externa pública y privada¹⁴”, lo que originó que gran parte de las exportaciones se tuvieran que destinar al pago de los compromisos contraídos.¹⁵

Como consecuencia de esta crisis fiscal, se introducen nuevas medidas de corte proteccionista, algunas de ellas más duraderas que las señaladas con anterioridad como el control de cambios donde “la caja de conversión fijó el tipo de cambio, y una junta de control (establecida en enero de 1932), restringió la dimensión de las solicitudes. Así, la demanda de divisas extranjeras fue racionada por precios y cantidades administradas”.¹⁶

Se asoman, a partir de este momento, no únicamente medidas coyunturales que buscaban solucionar una crisis inmediata, sino que se comienzan a esbozar los primeros indicios de un cambio estructural y de orientación económica del Estado costarricense, y que lo marcará por más de cuatro décadas.

Como queda claro con lo hasta aquí expuesto la orientación económica general del modelo de desarrollo impulsado por los liberales, promovía el librecambismo comercial como parte de su “adscripción a la ideología capitalista y positivista del progreso”.¹⁷ Sin embargo, consideramos que algunos aspectos específicos de la estructura económica del Estado liberal costarricense merecen ser “matizados” y revisados, más que en su concepción filosófica, en su “puesta en marcha”, principalmente ante el hecho de que si, como ya se mencionó, el librecambismo considera que la intervención estatal distorsiona el juego libre de la oferta y la demanda, la intervención decidida

del Estado como productor y/o regulador de diversas actividades económicas distó mucho de ser pasiva y propia de un “Estado observante”.

De esta manera, y de acuerdo con la catalogación realizada por Román, los “ingresos de las empresas y propiedades públicas” se constituyen como un rubro no tributario que agrupa a los “ingresos generados por las empresas públicas como la Fábrica Nacional de Licores, la que a su vez ejerció el monopolio de la venta de licores nacionales, y durante un período de los extranjeros, el Ferrocarril de Costa Rica y el Ferrocarril al Pacífico, y las utilidades provenientes de instituciones públicas descentralizadas como el Banco Nacional de Costa Rica y el Banco Nacional de Seguros”¹⁸, así como “los recursos generados por las propiedades públicas: tierras baldías, minas y bosques.”¹⁹

A todas estas actividades caracterizadas por la intervención directa del Estado debemos agregar, para completar el panorama, aquellos bienes y servicios monopolizados a través de los cuales el Estado obtenía beneficios en forma de carga impositiva por su comercialización. En el período que nos ocupa, hablamos esencialmente del tabaco y la pólvora.²⁰

Como se observa claramente en el Cuadro N° 1, es particularmente revelador el indiscutible peso de las actividades monopolizadas como un todo en la composición de los ingresos estatales, que llegan a generar más de la mitad (51,34%) de los ingresos corrientes del Estado como valor máximo para el año de 1892. Incluyendo únicamente a los monopolios del tabaco y los licores, y cotejándolos con los ingresos generados por el comercio exterior, queda claro que no es sino hasta el año de 1896 cuando los ingresos provenientes de este rubro superan a los generados por los monopolios del Estado, con un 50.21% del total de los ingresos corrientes. (Ver Gráfico N° 1)

Aún en el año que refleja la menor participación porcentual de los mencionados monopolios en los ingresos estatales, esta representó el 22,94% del total de los ingresos corrientes del Estado en el año de 1907, una cifra nada despreciable, a pesar de que como veremos más adelante, la mayor parte de estos ingresos provenían de los licores, pues el tabaco venía en decadencia como actividad monopolística desde que se permitió su libre siembra, a partir de 1896.

En el apartado que sigue, se analizará el comportamiento económico general del monopolio del tabaco, buscando dimensionar su peso relativo en los ingresos del erario público, para posteriormente analizar las estrategias de comercialización del Estado en los períodos de auge y crisis de la economía, y su reacción ante la diversificación en los patrones de consumo, cuya expresión fundamental es una demanda crecientemente compleja, principalmente en referencia a sus componentes cualitativos.

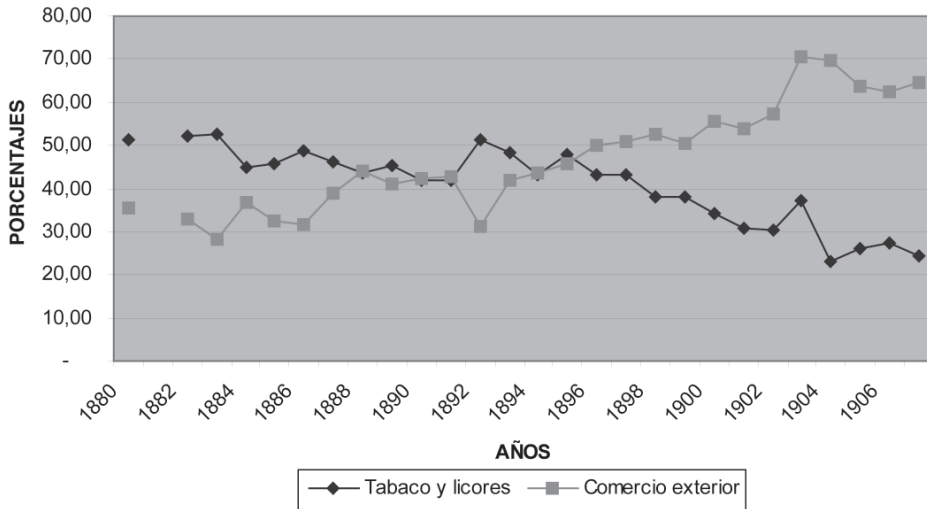
Cuadro 1

COSTA RICA: TOTAL DE INGRESOS GENERADOS POR EL COMERCIO EXTERIOR Y LOS MONOPOLIOS DEL TABACO Y LOS LICORES Y PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN. (1880-1907)
(PESOS 1880-1899. COLONES 1900-1907)

Año	Ingresos corrientes del Estado	Comercio exterior	%	Tabaco y licores	%
1880	2204000	782000	35,47%	1133000	51,41
1881					
1882	1390000	458000	32,91%	723000	52,01
1883	1507000	427000	28,36%	795000	52,75
1884	2140000	785000	36,68%	964000	45,05
1885	2651000	867000	32,71%	1215000	45,83
1886	2678000	851000	31,78%	1310000	48,92
1887	3361000	1314000	39,11%	1559000	46,39
1888	3877000	1708000	44,06%	1696000	43,75
1889	4414000	1807000	40,94%	2003000	45,38
1890	5154000	2177000	42,24%	2163000	41,97
1891	5375000	2288000	42,57%	2261000	42,07
1892	4671000	1462000	31,30%	2398000	51,34
1893	5400000	2262000	41,88%	2616000	48,44
1894	6472000	2819000	43,56%	2810000	43,42
1895	6178000	2822000	45,68%	2962000	47,94
1896	7008000	3518000	50,21%	3020000	43,09
1897	6966000	3535000	50,74%	3005000	43,14
1898	6833000	3595000	52,61%	2596000	37,99
1899	6053000	3054000	50,45%	2296000	37,93
1900	6540000	3637000	55,62%	2245000	34,33
1901	5540000	2751000	54,08%	1712000	30,90
1902	5318000	3043000	57,21%	1615000	30,37
1903	4939000	3483000	70,52%	1844000	37,34
1904	5306000	3693000	69,61%	1217000	22,94
1905	6211000	3970000	63,92%	1624000	26,15
1906	6951000	4347000	62,54%	1906000	27,42
1907	8031000	5192000	64,65%	1945000	24,22

Fuente: Elaboración propia a partir de Román, Ana Cecilia. "Las finanzas públicas de Costa Rica. Metodología y fuentes (1870-1948)". En: *Serie Trabajos de Metodología*, N°. 3, CIHAC/UCR, 1995.

Gráfico N° 1
Participación porcentual del comercio exterior y los monopolios del tabaco y el licor en los ingresos corrientes del Estado de Costa Rica 1880-1907



Fuente: La misma del Cuadro N° 1. Elaboración propia.

La economía tabacalera en Costa Rica: del ocaso del cultivo al nacimiento de la industria

El comportamiento general del monopolio aquí analizado, se encuentra en estrecha relación con dos factores fundamentales que pueden acercarnos a explicar, al menos parcialmente los condicionantes estructurales de orden general observables en la evolución histórica del tabaco como actividad económica en Costa Rica.

El primero de ellos tiene que ver con el origen mismo de la introducción del tabaco en el ámbito productivo, así como los rasgos de su estructuración como actividad monopolística.

El segundo, por otra parte, tiene que ver con el cambiante significado que tanto en términos cuantitativos como cualitativos otorgó el Estado a dicho bien.

La economía tabacalera en Costa Rica, encuentra en definitiva, fuertes reminiscencias en el modelo mercantilista propio de la colonia.²¹ Su estructura monopolística se constituyó, de hecho, en el principal soporte económico tanto de la colonia como de la República Federal y los nacientes Estados nacionales.²²

Su estructuración interna fuertemente centralizada fue uno de los factores que consolidó a San José como principal centro administrativo y financiero, al cultivarse esencialmente en sus alrededores, y, asimismo, fue una de las actividades cuya generación de capitales es considerada el cimiento de la expansión cafetalera²³, posibilitando la definitiva incorporación de Costa Rica al mercado internacional en la década de 1840, y, por ende, la consolidación económica y política de la burguesía costarricense.

Por otra parte, podría considerarse que a lo largo del siglo XIX el monopolio del tabaco adquirió un carácter eminentemente estratégico, pues se constituyó como una de las principales fuentes de ingresos estatales, ya que, como se ha hecho mención, el Estado siempre se mostró reacio a gravar las exportaciones, es decir, a establecer impuestos directos en detrimento de la élite que en esencia lo constituía.

Esta importancia estratégica del tabaco como alternativa fiscal²⁴ queda clara en la siguiente cita, extraída de un documento legislativo que data del año de 1836, en el que se menciona que:

*“...se puede atender las necesidades del Estado y prescindir de la contribución directa sobre el capital de los ciudadanos ya que no ha sido bien acogida por la opinión pública por creerse preferible recurrir a la venta del tabaco”.*²⁵

El monopolio del tabaco se convirtió, de esta manera, en un factor decisivo en la búsqueda de la estabilidad financiera del Estado costarricense, lo que se evidencia, por ejemplo, en el hecho de que sirvió como respaldo para la concesión de empréstitos externos e internos,²⁶ o para saldar importantes deudas, como la deuda inglesa, adquirida por la República Federal Centroamericana.²⁷

Por otra parte, y aun en pleno auge cafetalero, más de un 9% (65,170.83 pesos) de la deuda pública generada durante los años de la Campaña Nacional de 1856 – 57 (718,670.03 pesos), está constituida por conceptos relacionados con el tabaco, ya sea por medio de la acumulación de deudas pasivas y activas de la Administración de tabacos y los cosecheros, o en forma de “vales de tabaco”, emitidos a favor de miembros de la élite con un importante peso económico y político, como Demetrio Iglesias y Vicente Aguilar, sólo para citar los más significativos.²⁸ A lo anterior debe agregarse el hecho de que se han consignado en esta estimación únicamente aquellos rubros que hacen referencia directa al tabaco como actividad, por lo que la contribución del tabaco a los gastos del conflicto armado puede ser aún mayor.

La mencionada centralización y rigidez estructural que caracterizó a la economía tabacalera, a la vez que fue la base de su consolidación también se constituyó, sin embargo, en el detonante de su declive y final eliminación.

Llegamos así al período que nos ocupa, donde, si bien en la mayor parte de la década de 1880 y el primer lustro de la década de 1890, el tabaco continúa mostrando una importancia significativa en los ingresos estatales, su pérdida de importancia estratégica y su decadencia como actividad monopolística es considerablemente acelerada, hasta desaparecer como ingreso estatal en 1908, fecha en que se elimina el monopolio de dicho producto y se permite su libre introducción. (Ver Cuadro N° 2)

En efecto, como queda evidenciado en el Gráfico N° 2, luego de una tendencia inicial a la baja que tiene como su punto más álgido al año de 1883, donde el tabaco generó para las rentas estatales 200,168.00 pesos, observamos de inmediato un creciente repunte que tiene como su valor máximo al año de 1894, donde dicha actividad generó un ingreso total de 791,973.00 pesos.

Cuadro 2

COSTA RICA: INGRESOS GENERADOS POR EL MONOPOLIO DEL TABACO (1880-1907*)

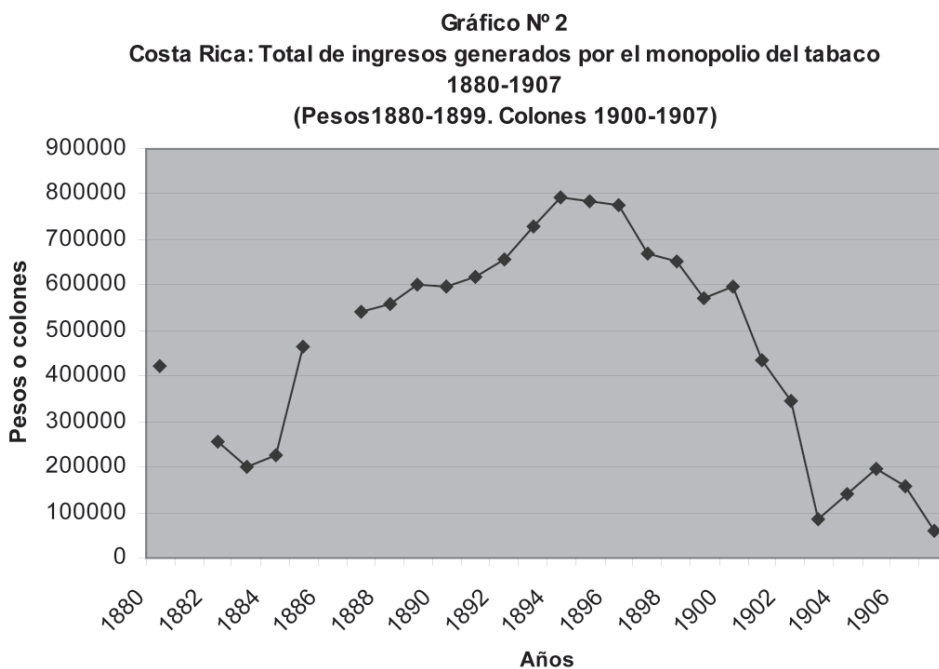
Año	Monopolio del tabaco
1880	421818
1881	**
1882	257880
1883	200168
1884	224348
1885	466973
1886	***
1887	539702
1888	559502
1889	599698
1890	596373
1891	616605
1892	656301
1893	731037
1894	791973
1895	785725
1896	778211
1897	668259
1898	652307
1899	573539
1900	596591
1901	437034
1902	345969
1903	86457
1904	141210
1905	197775
1906	158115
1907	60012

* Es el último año en que se consignan datos sobre ingresos obtenidos por el monopolio del tabaco.

** No existen datos para el año de 1881.

*** En 1886 se consolidaron los ingresos del tabaco con los del monopolio de licores, que al ser un monto considerablemente mayor distorsionaría considerablemente el comportamiento de la economía tabacalera, por lo que, se optó por excluirlo del análisis.

Fuente: Elaboración propia a partir de Román, Ana Cecilia. "Las finanzas públicas de Costa Rica. Metodología y fuentes (1870-1948)". En: *Serie Trabajos de Metodología*, N.º. 3, CIHAC/UCR, 1995.



Fuente: La misma del Cuadro N° 2. Elaboración propia.

La declinación vertiginosa de los ingresos obtenidos por el monopolio del tabaco, a partir de 1896, dista mucho de ser casual. Es precisamente en este año cuando el presidente Iglesias rompe el monopolio del cultivo tabacalero, y permite su libre cultivo en toda la República, mientras que el impuesto a la comercialización de dicho bien se mantiene, como ya se mencionó, hasta el año de 1908, donde ya había perdido gran parte de su condición estratégica, y los ingresos que generaba eran ínfimos, (60,012.00 colones para 1907) por lo que se procedió a su total eliminación.

Esta creciente pérdida de importancia de la actividad tabacalera en las rentas estatales, y la consecuente eliminación del mencionado monopolio, no implicó, bajo ninguna circunstancia el decaimiento del tabaco como actividad económica. Por el contrario, la falta de controles sobre la siembra ilegal, y el sostenimiento en general, de una estructura productiva a todas luces desfasada respecto de las nuevas corrientes económicas mundiales, parecen ser dos elementos que apuntan a esclarecer las causas del ocaso tabacalero estatal.

La actividad tabacalera, en resumen, parecía ser en extremo dinámica para la anquilosada estructura de producción que el Estado mantuvo sin cambios significativos desde tiempos coloniales. En este análisis, asimismo, planteamos la hipótesis de que las características cada vez más complejas de la demanda de tabaco como parte de un creciente proceso de diversificación en los patrones de consumo, es un elemento central para explicar la eliminación del monopolio estatal. Aspectos específicos como la variedad en la procedencia y calidades de los tabacos, parecen ser, como veremos más adelante, elementos a los que el Estado intentó reaccionar vanamente, reacción

evidenciada en los cambios cuantitativos y cualitativos de la publicidad estatal de dicho producto.

De esta manera, los intereses privados, asumieron el control de la producción y comercialización del tabaco. La aparición, en 1907, justo el último año del monopolio, de la primera fábrica de cigarrillos en Costa Rica,²⁹ no es más que una evidencia fehaciente de la dinámica productiva privada que subyacía en la ruptura del monopolio, así como la posterior aparición de las grandes empresas tabacaleras como la Republic Tobacco Company (1912) y la Tabacalera Costarricense (1932) que subsisten hasta nuestros días.³⁰

El tabaco había dejado de ser un “cultivo doméstico”, convirtiéndose en un “bien industrializado”, con todas las implicaciones socioeconómicas y culturales que dicho cambio revestía.

El consumo del tabaco y las estrategias de comercialización estatales

Antes de adentrarnos en la dinámica específica de los cambios originados en el consumo del tabaco y la consecuente reacción del Estado ante estos cambios, expresada, como veremos, en estrategias comerciales tendientes a la diferenciación cualitativa del producto, así como a resaltar la “comodidad” de los precios establecidos, hemos considerado pertinente realizar de previo una valoración y descripción general de los cambios sucedidos en la publicidad contenida en La Gaceta Oficial, como la fuente en la que se centra el análisis que sigue. Lo anterior en el tanto esta fuente se constituye en el principal medio de expresión – aunque evidentemente no el único – de los intereses estatales como agente comercial y promotor del consumo.

Primeramente, un elemento observable en los “avisos” contenidos en La Gaceta en el período aquí analizado, se centra en el origen mismo de los avisos, y, de manera específica a su pertenencia a la esfera pública o privada.

De esta manera, a pesar de tratarse de un diario oficial, se observa un predominio de la publicidad privada entre 1880 y 1890, misma que refleja una fuerte dinámica comercial y una oferta ampliada y diversa de bienes y servicios nacionales y extranjeros, proceso que se venía gestando desde mediados del siglo XIX, como consecuencia del auge en la exportación de café.³¹

En otras palabras, el contenido publicitario de La Gaceta en la década mencionada, no difería mucho del publicado por otros diarios de elevada circulación en este período.

Es a partir de 1890, cuando evidenciamos una merma considerable en la cantidad de anuncios referentes a la comercialización de bienes y servicios, y son substituidos por avisos de carácter informativo, como los acuerdos de juntas directivas de instituciones estatales como la Junta de Caridad y la Lotería del Hospicio Nacional de Locos, sólo para citar dos casos recurrentes. La publicidad comercial en La Gaceta, si bien no desapareció, se fue concentrando en la oferta de servicios profesionales, específicamente legales, así como otros que, a pesar de estar en manos privadas, ofrecían un servicio público, como es el caso del ferrocarril. Lo anterior nos permite plantear aquí, la hipótesis de que en este período se presentó un proceso de especialización de

la prensa escrita, tendiente a separar la esfera pública de la privada, hipótesis que, en definitiva, merece una mayor profundización y sistematización.

Por otra parte, y para el caso que nos ocupa, la publicidad estatal de los bienes monopolizados, principalmente el tabaco y los licores, aparece y se desarrolla de manera creciente a partir de esta misma década, haciendo la aclaración de que ambos bienes, así como sus insumos y productos asociados, siempre formaron parte de la dinámica comercial privada. Lo anterior parece evidenciar que la intervención decidida del Estado como agente comercial se acentuó desde la década de 1890 período que coincide con las primeras desilusiones del “espejismo” cafetalero.

Otro elemento digno de mención, lo constituye el hecho de que la ruptura del monopolio tabacalero en 1896, no puede considerarse como un hecho aislado y espontáneo. Durante el período analizado, la totalidad de publicidad estatal referente al tabaco se centra en la promoción de tabaco importado proveniente principalmente de Centroamérica, México, Colombia y los Estados Unidos. Lo anterior evidencia que, aun antes de decretarse la libre siembra del tabaco en el país, el Estado realizaba ingentes esfuerzos por desarrollar la fase comercial del tabaco, presumiblemente como un medio para recuperar, en alguna medida la creciente merma en sus ingresos, producida, entre otros factores, por la proliferación de la siembra ilegal, hasta que dicha situación se volvió insostenible, y a partir de 1896, el Estado “apuesta” el destino del monopolio, a los ingresos generados en la comercialización y el consumo de dicho bien.

Teniendo claro que la actitud del Estado en la comercialización del tabaco fue consecuente con los condicionamientos estructurales del período aquí estudiado, así como con elementos eminentemente culturales como los cambios generados en las formas de consumo de dicho bien y el significado del mismo, seguidamente se analizarán algunas de las características, cambios y permanencias presentes en la publicidad del tabaco.

Calidad y procedencia: estímulo y diferenciación en el consumo tabacalero

Como ya se mencionó, en el período comprendido entre 1880 y 1890, en La Gaceta se da un predominio marcado de la publicidad de carácter privado. La diversidad de la oferta pone en evidencia las diferentes formas en que el tabaco era consumido. De esta manera, tenemos cigarrillos hechos a mano, puros y tabaco para mascar. Este último, también conocido como breva, “la preparaban remojando las hojas picadas en aguardiente. Después las dejaban en miel de dulce bien espesa y agregaban clavos de olor y jengibre. Casi seca, prensaban la mezcla y ya estaba lista para la venta y el uso”.³²

A pesar de la preferencia por el consumo de puros y tabaco para mascar, reflejada en predominio de estas modalidades de consumo en los contenidos publicitarios, algunos establecimientos especializados procuraban satisfacer todas las necesidades del mercado. Tal es el caso del establecimiento denominado la “Cubana Costarricense”, que en un aviso publicado en 1885 decía contar con “...el mejor y más

abundante surtido de puros, cigarros de todas clases, picadura, tabaco en hoja, para todos los gustos y para todos los bolsillos” y de “...calidad superior”.³³

Dentro de esta oferta diversa, existen dos elementos cualitativos y visiblemente interrelacionados que se encuentran presentes en la mayor parte de los avisos analizados: se trata de la calidad y la procedencia.

Tanto la publicidad privada como la estatal consignaba casi de forma obligada y buscando claramente diferenciar su producto, el país o en ocasiones de manera específica, la región de procedencia del tabaco que publicitaban. Lo anterior nos hace pensar en una preferencia por el consumo de tabacos provenientes de zonas tradicionalmente tabacaleras, y reconocidas por la calidad del producto.

En el año de 1882 Cayetano Acosta, por medio de su reconocido establecimiento comercial el “Almacén Francés”, menciona haber traído a su regreso de Cuba “...puros *legítimos* de la Habana á precios muy baratos”.³⁴

En efecto, los puros procedentes de La Habana, y cuya designación como “habanos” parecía no ser del todo generalizada, gozaban de una alta cotización en el mercado tabacalero. La constante referencia al carácter *legítimo* del producto evidencia lo anterior, y nos hace pensar en la posibilidad de que se hayan comercializado “falsificaciones” de este producto con tabacos de inferior calidad y más bajo costo.

Presumiblemente el elevado costo de los habanos, y la necesidad sentida por las clases sociales inferiores de emular el estilo de vida de los sectores acaudalados, fueron factores determinantes en la importación de puros de diferentes precios y calidades, provenientes de diversas regiones. Entre estos, los más difundidos, a juzgar por su constante aparición en la publicidad analizada, eran los puros salvadoreños,³⁵ presumiblemente con un precio y calidad inferior a los habanos pero cualitativamente superiores a los provenientes de otras regiones. Marginalmente se hace referencia a puros provenientes de otras latitudes, como los “hamburgueses” y los “californianos”,³⁶ aunque rara vez se consignan aspectos específicos referentes a su calidad.

La publicidad estatal de tabaco, que comienza a acentuarse como ya se mencionó, a partir de la década de 1890, no está exenta de la necesaria referencia al origen del producto. Dedicado a la venta del tabaco en hoja, la Administración de Licores y Tabacos publicitó en 1889 y 1890 tabaco proveniente de Copán, lo cual dista mucho de ser casual y confirma la importancia atribuida a la procedencia del tabaco, pues Santa Rosa de Copán fue una de las tres factorías de tabaco establecidas desde tiempos de la Federación Centroamericana, junto con San Vicente (Honduras) y San José (Costa Rica),³⁷ es decir, se trata de una zona tradicionalmente tabacalera.

En estos primeros avisos estatales, el resalte de la calidad del tabaco es mínimo, haciéndose referencia únicamente a la existencia de tabaco de “...buena clase”,³⁸ seguido por el precio del mismo, lo cual evidencia que la publicidad estatal en estos años no alcanza el nivel de agresividad comercial propio de la dinámica privada esbozada líneas atrás, y que a pesar de evidenciarse el interés por la comercialización del tabaco, la estructura de la publicidad es más de carácter informativo que de inducción al consumo.

Sin embargo, este carácter sucinto e informativo de la publicidad estatal de tabaco, tendió a cambiar tornándose cada vez más compleja, al igual que la demanda de dicho bien. Tenemos así que para noviembre de 1890, la Administración General de

Tabacos y Licores, publica un aviso en el que dicen contar con "...tabaco "americano" de buena clase, hoja ancha, sana y propia para capa de puros".³⁹

De esta manera, a la "buena clase", como elemento que resalta la calidad del tabaco, se le adicionan elementos específicos presumiblemente deseables por parte de los compradores, como la hoja ancha, el buen estado del producto e inclusive una sugerencia de uso específica como "capa de puros". Este último aspecto resulta vital, ya que nos habla de diferentes "tipos" de consumidores de tabaco, así como del esbozo de una estrategia de comercialización que se enfoca – aunque no de manera excluyente – hacia un sector específico de la "demanda", lo que en términos actuales se suele denominar un "nicho de mercado".

Este carácter crecientemente complejo del consumo tabacalero, y la necesidad del Estado por adecuarse al mismo, es constantemente reflejado en los avisos durante toda la década de 1890 y los primeros años del siglo XX hasta el epílogo del monopolio en 1908.

Tenemos así que para el año de 1893 se publicitó con cierta periodicidad "... tabaco de Santo Domingo, de **muy buena calidad** y propio para capas de puros, al precio de \$ 3-00, \$ 2-75 y \$ 2-50 el kilo, el de 1ª, 2ª y 3ª clase respectivamente".⁴⁰

Como se puede observar, la referencia a la "muy buena calidad" resaltada por nosotros en este aviso, refleja claramente la necesidad de resaltar las propiedades del producto de manera vehemente, induciendo al consumo de dicho producto, y no simplemente informando de su existencia. El Estado se convertía en un verdadero y decidido agente comercial, interviniendo de manera directa en el "juego" del mercado, y ejerciendo simultáneamente su papel regulador.

Sin embargo, probablemente el elemento más destacable presente en este aviso, es la clasificación del tabaco según su calidad, y con un precio acorde a la misma. Lo anterior no implica, que a partir de este momento se comenzara a comercializar tabacos de primera, segunda, o tercera clase, sino más bien que a partir de este momento se considera necesaria la inclusión en la publicidad de la diferenciación cualitativa del producto, aspecto que nos hace pensar en un consumo tendiente a la segmentación con base en la calidad del tabaco, por un lado, y el poder adquisitivo del consumidor por el otro.

Podemos observar, con lo expuesto hasta aquí, cómo a la referencia "obligada" de la procedencia del tabaco y el creciente énfasis en su calidad, se le van adicionando elementos de diferenciación como las sugerencias de uso específicas y la clasificación por "tipo" y precio, lo que nos deja entrever el carácter crecientemente complejo del consumo tabacalero, así como la reacción estatal a los cambios del mercado.

En los últimos años del siglo XIX, posterior a la ruptura del monopolio en su estructura productiva, la demanda de tabaco se torna especialmente compleja. A los elementos ya citados, debemos agregar la comercialización por parte del Estado, ya no solamente de tabacos de diferentes precios y calidades, sino de procedencias variadas, así como la comercialización de productos que, si bien utilizan al tabaco como principal insumo, requieren de otros productos para su fabricación, como es el caso de la breva o tabaco para mascar ya mencionada líneas atrás.

Para ilustrar lo anterior, en el año de 1897 nos llega el siguiente aviso, el cual, al ser una relativamente compleja enumeración de productos, calidades, precios y procedencias, hemos decidido presentar en su totalidad:

“FÁBRICA NACIONAL DE LICORES Y TABACOS
Precios de los tabacos que tiene actualmente esta Administración:

<i>Iztepeque de 1^a, los 10</i>	<i>kilos</i>	<i>\$ 35⁰⁰</i>
<i>“ “ 2^a, “ “ “</i>	<i>“</i>	<i>30⁰⁰</i>
<i>Breva el bulto de 25</i>	<i>“</i>	<i>55⁰⁰</i>
<i>“ “ “ “ 10</i>	<i>“</i>	<i>22⁰⁰</i>
<i>Virginia bulto de 25</i>	<i>“</i>	<i>50⁰⁰</i>
<i>Colombiano de 1^a los 10</i>	<i>“</i>	<i>25⁰⁰</i>
<i>“ “ 2^a “ “ “</i>	<i>“</i>	<i>22⁰⁰</i>
<i>Mexicano “ “ “ “ “</i>	<i>“</i>	<i>25⁰⁰</i>
<i>Guayaquil “ “ “ “ “</i>	<i>“</i>	<i>25⁰⁰“⁴¹</i>

Como se observa, el consumo tabacalero, se tornaba particularmente complejo. A los cambios publicitarios ya mencionados debemos agregar uno significativo presente en este aviso, cual es el cambio en la estrategia comercial a vender en cantidades de diez kilos, presumiblemente en un precio inferior al regular por kilo. En este aspecto es importante resaltar que el Estado no solamente tiene intereses comerciales concretos, sino que con su intermediación como regulador de los pesos y medidas buscaba constantemente bajar los costes de tasación y transacción.⁴²

La reacción del Estado ante esta complejidad en las dimensiones del consumo, parece haber sido, a todas luces insuficiente. No debemos olvidar que es precisamente en el último lustro del siglo XIX, que los ingresos generados por el monopolio tabacalero descienden de manera vertiginosa e irrecuperable hasta la ruptura total del monopolio en 1908, la cual desde nuestra óptica, no puede explicarse únicamente a la luz de factores estrictamente relacionados con los cambios económicos y/o productivos que afectaron los precios de los productos, sino que también como hemos tratado de esbozar en estas líneas, los cambios en los patrones de consumo como construcción cultural, tienen un peso innegable.

El rol del precio

Como se ha tratado de demostrar hasta aquí, los consumidores de tabaco se fueron diferenciando en el tanto comenzaron a “exigir” diferentes variedades, calidades y precios en dicho producto, lo que conllevó a una ampliación de la oferta por parte de los comercios dedicados a la venta de tabaco en sus diferentes formas, y por ende del Estado, en su doble función reguladora y a la vez comercializadora del mismo.

El precio, si bien no puede considerarse bajo ninguna circunstancia como el único elemento determinante en el consumo, sí resulta vital en la comercialización de cualquier bien o producto, y en este caso el tabaco no fue la excepción.

De esta manera, más que centrarnos en una descripción detallada sobre las variaciones en los precios, analicemos el significado atribuido tanto por los comerciantes privados como por parte del Estado, al precio como instrumento para potenciar el consumo tabacalero.

Lo primero que debemos destacar es que en la mayor parte de la publicidad comercial privada, la “comodidad” y ventajas de los precios, eran constantemente destacadas por los comerciantes, como una forma de invitar a los consumidores al consumo en sus establecimientos, como ha sido y es la tónica de la dinámica del comercio en una sociedad de consumo. Sin embargo, un elemento a destacar es el hecho de que como parte de la estrategia comercial de una importante cantidad de comercios, probablemente tendiente a no otorgarle ventajas a sus competidores, la mayor parte de la publicidad no menciona el precio en sí, limitándose a resaltar la favorable relación precio – calidad que su establecimiento ofrece. Tal es el caso del emblemático establecimiento de C. A. Cañizales, quien recuerda a sus clientes el contar con “...precios baratísimos, surtido abundante y calidad superior”,⁴³ concluyendo su aviso con un mensaje que busca captar el elemento emotivo del consumo, delineando a la vez una identificación de grupo al llamar a los “...Fumadores ¡á la Cubana Costarricense!”.⁴⁴

Los pocos avisos comerciales que no hacen alusión a los precios de su producto son los que comercializaban los mencionados puros salvadoreños, que se vendían en establecimientos situados en el mercado, como Santa Clara y la Pulpería del Carmen, los cuales se limitan a informar sobre la venta de “...puros salvadoreños por libra”,⁴⁵ lo que parece reforzar la hipótesis del consumo extendido de este producto, sin la necesidad de publicitar más que las referencias informativas mínimas.

A diferencia de los elementos ya señalados como la calidad, procedencia, y sugerencias de uso, el precio dentro de la publicidad estatal muestra características sustantivamente diferenciadas respecto de su contraparte privada.

Lo primero que debemos destacar, es que el Estado en toda la publicidad consultada informaba con exactitud del precio de los tabacos que tenía para la venta, y a pesar de que, como ya se mencionó, resaltó las cualidades del tabaco que tenía para la venta, no destacó en ningún momento las “bondades” de sus precios.

Su estrategia se centró más bien, en el reajuste de precios de acuerdo a la respuesta de los consumidores, principalmente en el caso de aquellos tabacos que parecen no haber tenido gran aceptación entre los compradores de dicho producto. No se encontraron referencias, sin embargo, de aumentos de precio para los casos de una demanda excesiva, lo cual nos habla del papel regulador de la Administración de Tabacos y Licores, pues en términos generales, los precios del tabaco presentan pocas variaciones en un período considerable de tiempo como el aquí analizado en términos reales.

De esta manera, para el año de 1894, la *Administración* publica un aviso en el que se informa que “...el precio del tabaco de Santo Domingo, de 1ª será el de \$ 2-75 neto por kilo, en lugar de \$ 3-00 á que actualmente se realiza”.⁴⁶

Importante destacar en el aviso anterior, cómo la reducción del precio se efectúa únicamente en el tabaco de “primera”, lo cual nos hace suponer que las otras clases de tabaco de la misma procedencia no tenían problema para su comercialización, y a la vez nos habla de un mercado segmentado y con patrones de consumo diferenciados,

con gustos y preferencias cada vez más complejos, y dispuestos a no pagar más de lo considerado “justo” de acuerdo con las cualidades del producto ofertado.

Como ya se ha mencionado, el Estado buscó maniobrar en consecuencia con las exigencias de los consumidores, y aunque el precio siempre es presentado como un elemento informativo, la transición de informar sobre un precio único a uno diferenciado por las combinaciones entre calidad y procedencia, evidencia la necesidad sentida por parte del Estado de intervenir decididamente en la dinámica comercial en el ocaso del monopolio tabacalero.

Insumos, bienes asociados y productos derivados

En lo referente a la comercialización de insumos para la producción interna de tabaco, las referencias encontradas en la publicidad son verdaderamente escasas. El único insumo del que encontramos algunas referencias en la publicidad privada, lo constituyen las semillas, lo cual resulta revelador pues nos muestra cómo aun en un período de evidente dominio del café y el banano como base del modelo agroexportador, se continuaba sembrando tabaco, destinado principalmente al mercado interno, a pesar de que como se puede observar con claridad, la publicidad estatal del tabaco está dirigida al tabaco importado, lo cual nos habla no solamente de la necesidad de importar tabaco para cubrir la creciente demanda, sino de un elemento eminentemente subjetivo, cual es la predilección por lo foráneo, muy propia de la *filosofía liberal* en su dimensión cultural. Lo anterior a pesar de la reconocida calidad del tabaco nacional, principalmente el denominado tabaco de Chicagres, cuyo cultivo se realizaba cerca de lo que hoy es San Rafael de Oreamuno.⁴⁷

De esta manera, en 1882, se publica un aviso en el que se hace alusión a la venta de “...semillas de tabaco de 1ª calidad en la sombrerería contigua al hotel de Roma, calle de la Catedral, N° 4.”, invitando vehementemente a los interesados a que “...ocurran que se acaban”.⁴⁸

Un aspecto destacable en esta cita, lo constituye el hecho de que las semillas eran vendidas en una “somerería”, pues la especialización comercial, a pesar de venirse gestando desde la segunda mitad del siglo XIX, se encontraba aun en proceso de definición, y es común encontrar en la publicidad de los diferentes establecimientos comerciales, bienes de índole diversa, muy distintos a la actividad principal que les dio origen.

En este mismo año, encontramos un aviso que nos muestra claramente que no solamente elementos tangibles en la producción tabacalera eran comercializados. El conocimiento, la experiencia y la mano de obra también se ponían “en venta” al servicio de la producción, lo que muestra una dinámica interna de la producción tabacalera, a pesar del control ejercido por el Estado. Hemos decidido mostrar el aviso en su totalidad como ejemplo evidente de lo mencionado:

“A las personas que quieran sembrar tabaco, el que suscribe puede comprometerse mediante un arreglo, á dirigir la siembra de tabaco, hasta entregarlo en estado de enfardar, pues tiene la práctica y conocimientos necesarios para el cultivo de dicha planta”.⁴⁹

El principal producto asociado al tabaco del cual se encuentran numerosas referencias en los avisos publicitarios, lo constituye el denominado “papel para fumar”, el cual se utilizaba para la confección manual de los cigarrillos. Este producto, al igual que las semillas se encontraban tanto en establecimientos de mercadería general como en establecimientos especializados en la venta de tabacos y licores importados, como es el caso del “Almacén Francés” que para el año de 1884, decía contar, junto con otros bienes importados con “...papel de paja y de varias clases p^a fumar”.⁵⁰

Lo anterior evidencia que por las distintas modalidades en las que el tabaco era consumido, su comercialización estimulaba la venta de otros productos, y generaba una dinámica comercial compleja y segmentada, aun muy distante del consumo masivo de cigarrillos y la consecuente industrialización de la producción tabacalera, cuyos cimientos, sin embargo comenzaban a dibujarse en el período aquí analizado.

Por otra parte, no se encontraron referencias directas de la comercialización, por parte del Estado, de insumos o bienes asociados como los anteriormente descritos. Sin embargo como se ha detallado líneas atrás, la breva preparada para mascar como producto derivado, creada a partir de picadura de tabaco junto con otros aditivos, si fue publicitada por la administración, como se observó, principalmente en los años posteriores a la apertura del monopolio en su fase productiva, y como un intento evidente por elevar los ingresos procedentes del monopolio tabacalero ahora desde la comercialización, y que retomara el papel central dentro de las rentas estatales que mantuvo desde la época colonial. La administración, sin embargo, estaba habituada a comercializar bienes asociados con sus productos, lo que se evidencia en numerosas publicaciones donde mencionaba contar con “...barriles fuertes y nuevos”⁵¹, así cómo “...cubos ó 1/2 barriles de madera, nuevos y fuertes propios para baños y otros usos, que contienen de 260 á 300 litros”.⁵²

La venta de barriles, y “medios barriles” relacionados con el almacenamiento y manipulación del aguardiente de la *Fábrica*, fue ampliamente publicitada, y cuenta con numerosas referencias como la anterior donde no solamente se hace alusión a su calidad y capacidad, sino que, de manera similar al caso que nos ocupa, se explicitan sugerencias de uso específicas, como el acarreo de agua para la higiene personal. El carácter relativamente numeroso de estos avisos parece indicar la buena acogida de que gozaron estos bienes, tanto por parte del comercio en el almacenamiento de productos diversos, - principalmente en el caso de los barriles - como en la esfera doméstica ya reseñada hacia la que se enfocó la comercialización de cubos o medios barriles. Desde nuestra óptica, el uso social que históricamente recibieron este tipo de bienes asociados, merece en definitiva, una sistematización propia, en espera de futuras investigaciones.

Algunas conclusiones

El monopolio estatal del tabaco, mantuvo una estructura con muy escasas alteraciones en el ámbito productivo desde sus orígenes coloniales, caracterizada por la centralización y el fuerte control del Estado en los diferentes ámbitos de la economía tabacalera. Estas características se fueron diluyendo conforme proliferaba la siembra

ilegal, como evidencia tangible de la creciente demanda de dicho bien, y que culminó con el decreto de 1896 que "liberó" la producción tabacalera del control estatal, privando al Estado de uno de sus ingresos más estables, y cuyos rasgos productivos y socioeconómicos podrían ser considerados estructurales en el largo plazo.

Pero si el carácter monopolístico en el ámbito productivo implicó una rigidez estructural notable, en el lado de la "demanda" se evidencia una dinámica comercial compleja y heterogénea, siendo los cambios cualitativos y el carácter crecientemente complejo del consumo tabacalero, elementos que merecen, en definitiva, ser observados.

El estado, como se ha tratado de demostrar aquí, no se constituyó como un mero espectador del *laissez-faire*, sino que, por el contrario, intervino de forma decidida no solo en su función reguladora, sino como un activo agente comercial que promovió el consumo del tabaco, y que intentó "jugar el juego" del mercado capitalista sin obtener con ello los réditos esperados.

En este trabajo, hemos intentado apenas acercarnos de manera inicial a la compleja dinámica del consumo tabacalero, buscando dimensionar el rol específico del Estado en su dimensión comercial, y cómo elementos específicos de la publicidad como la procedencia del tabaco, su calidad, su diferenciación por tipo, así como el direccionamiento de la oferta hacia consumidores específicos, se mantuvieron o se modificaron en concordancia con las variaciones en los patrones de consumo de dicho bien, es decir con los gustos y preferencias cambiantes de un creciente grupo de consumidores de tabaco, cada vez más exigentes en la variedad, calidad, y precios de dicho producto, sin dejar de lado las variaciones coyunturales de la economía como un todo.

La tarea pendiente, sin embargo, es inmensa. En este aspecto debemos señalar y a la vez reconocer, la importancia de contrastar las características de la publicidad comercial de los bienes monopolizados con otras fuentes, tanto serializables como ideográficas que nos permitan una mayor triangulación de los resultados. Asimismo, la realización de estudios, por ejemplo, del consumo tabacalero en el largo plazo, resulta más que sugerente y diríamos necesaria.

A pesar de los límites metodológicos y las limitaciones "prácticas" del presente análisis, cumple el objetivo de mostrar cómo conceptos tales como "monopolio" y "liberalismo" merecen ser analizados a profundidad, ya que al relacionarlos con el contexto específico en el cuál fueron concebidos y desarrollados, podemos encontrarnos con un liberalismo "no tan libre", y a la vez, con un monopolio "no tan cerrado". Los matices que la investigación histórica debe introducir a conceptos aparentemente inamovibles, resulta fundamental, no sólo en el constante avance de la disciplina, sino que debe redundar en una reflexión comprometida con los problemas de la sociedad en la que el historiador se desenvuelve. De esta manera, el consumo como uno de los ejes centrales en torno de los cuales gira la dinámica capitalista, es actual y a la vez histórico, por lo que en él se han presentado cambios y a la vez permanencias en contextos espaciales y temporales diversos que merecen ser analizados con detalle. Lo anterior evidencia cómo el consumo dista mucho de ser un concepto estático e invariable, siendo la principal tarea del historiador "desenmarañar" la complejidad de su dinámica. Landes y Tilly, resumen de manera precisa, estas características comunes

a todos los historiadores, en la siguiente cita que hemos reservado para concluir el presente ensayo:

“Los historiadores de todas las tendencias tienen dos cosas en común: el convencimiento, primero, de que el presente es hijo del pasado y de que nada es inteligible si no es visto a través del tiempo; y, segundo, que la verdad es siempre compleja...”⁵³

Notas

1. Uno de los investigadores que más ha profundizado en la reconceptualización del “modelo liberal” en el caso costarricense, y en diferentes dimensiones ha sido Ronny Viales. Para una exposición más amplia sobre algunos de los nuevos elementos de análisis introducidos por este autor, cfr. Viales Hurtado, Ronny, “Las bases de la política agraria liberal en Costa Rica. 1870-1930. Una invitación para el estudio comparativo de las políticas agrarias en América Latina”. (En la web: ns.fcs.ac.cr/~historia/articulos/p-agrari.htm). Para el caso específico del Caribe costarricense, cfr. Viales Hurtado, Ronny. “La colonización agrícola de la región Atlántica costarricense entre 1870 y 1930. El peso de la política agraria liberal y de las diversas formas de apropiación territorial”, en: *Anuario de Estudios Centroamericanos* Vol. 27 (2), San José, C. R.: Editorial Universidad de Costa Rica, 2003, pp. 57-100.
2. Barrantes, Emmanuel, et. al. *Las subsistencias en una coyuntura de crisis. Costa Rica, 1914-1920*, Seminario de Graduación, Licenciatura en Historia, Universidad de Costa Rica, 2002, p. 52.
3. Viales, Ronny. *Las bases...., op. cit.*
4. La introducción de elementos de análisis que cuestionan la utilización exclusiva de la estructura económica en la explicación histórica se puede ver en: Thompson, E.P. “The Moral Economy of the English Crowd in the Eighteenth Century”, en: *Past and Present* N° 50, 1971, pp. 76-136. El distanciamiento definitivo de Thompson de la ortodoxia marxista tiene lugar a finales de los años setenta, cuando plantea la necesidad de “revisar” el materialismo estructuralista. Cfr. Thompson, E. P. *Miseria de la Teoría*, Barcelona: Editorial Crítica, 1981.
5. Orlove, Benjamin and Bauer, Arnold J. “Giving Importance to Imports”, en : Orlove, Benjamin (ed.) *The Allure of Foreign. Imported Goods in Postcolonial Latin America*, Ann Arbor, 1997, pp. 1-29.
6. Román, Ana Cecilia. “Las finanzas públicas de Costa Rica. Metodología y fuentes (1870-1948)”. En: *Serie Trabajos de Metodología*, N° 3, CIHAC/UCR, 1995, p. 36.
7. Arrieta Fonseca, María Cristina. *El cultivo y la industria del tabaco en Costa Rica durante la segunda mitad del siglo XX*, Tesis de Licenciatura en Geografía, Universidad de Costa Rica, 1973, pp. 22.
8. Calderón, Manuel. *Proteccionismo y librecambio en Costa Rica: 1880-1950*, Tesis de Licenciatura en Historia, Universidad de Costa Rica, 1976, pp. 5-11.
9. *Ibid.*, pp. 56-64
10. Barrantes, *op. cit.*, p. 53.
11. *Ibid.*, p. 52.
12. *Ibid.*, pp. 50-52
13. Según clasificación de materias primas hecha por Bulmer- Thomas, Victor. “Las economías latinoamericanas, 1929-1939”. En: Bethel, Leslie (ed.). *Historia de América Latina. T. 11. Economía y sociedad desde 1930*. Barcelona: Crítica, Grijalbo Mondadori, 1997. p. 6. Citado por: Barrantes, *op. cit.*, pp.137-138.

14. Bulmer-Thomas, Victor. *La Historia económica de América Latina desde la Independencia*. México: Fondo de Cultura Económica, 1998. p. 235.
15. *Ibid.*
16. *Ibid.*, nota en p. 238.
17. Molina Jiménez, Iván. *Costarricense por dicha. Identidad nacional y cambio cultural en Costa Rica durante los siglos XIX y XX*, 1ª. ed., San José: EUCR, 2003, p. 16.
18. Román, *op. cit.*, p. 14.
19. *Ibid.*
20. *Ibid.*, p. 14.
21. Para una exposición pormenorizada sobre el desenvolvimiento de la economía tabacalera en este período, cfr. Acuña, Victor Hugo. "Historia económica del tabaco en Costa Rica: época colonial", en: *Separata del Anuario de Estudio Centroamericano N° 4*, Universidad de Costa Rica, 1978.
22. Araya Pochet, Carlos. "La evolución de la economía tabacalera en Costa Rica bajo el monopolio estatal (1821-1851)", en: *Avances de Investigación N° 4*, Centro de Investigaciones Históricas, Universidad de Costa Rica, 1981, p. 1.
23. *Ibid.*, p. 23.
24. *Ibid.*, p. 18.
25. *Ibid.*, cita en p. 18.
26. *Ibid.*
27. *Ibid.*
28. "Cuadro de deuda pública N° 1", en: *Exposición de los motivos del cambio político, acaecido en Costa Rica, el 14 de Agosto de 1859*, San José: Imprenta Nacional, 1860.
29. Arrieta, *op. cit.*, p. 29.
30. *Ibid.*, pp. 30-31.
31. Para una exposición más pormenorizada sobre la relación entre los cambios en la estructura económica y la diversificación del consumo desde mediados del siglo XIX cfr. Vega Jiménez, Patricia. "De la banca al sofá. La diversificación de los patrones de consumo en San José (1857-1861)", en: *Revista de Historia N° 24*, EUNA/EUCR, 1991, pp. 53-88.
32. Arrieta, *op. cit.*, p. 29.
33. *Boletín Oficial N° 6*, San José: Imprenta Nacional, 1885, p.4.
34. *La Gaceta N° 1297*, año V, San José: Imprenta Nacional, 1882, p. 3. El destacado es nuestro.
35. *La Gaceta N° 96*, año IX, San José: Imprenta Nacional, 1886, p. 416.
36. *La Gaceta N° 49*, año IX, San José: Imprenta Nacional, 1886, p. 200.
37. Araya, *op. cit.*, p. 3.
38. *La Gaceta N° 48*, año X, p.496 y N° 128, año X, p. 812, San José: Imprenta Nacional, 1889.
39. *La Gaceta N° 268*, año XI, San José: Imprenta Nacional, 1890, p. 1372.

40. *La Gaceta* N° 56, año XIV, San José: Imprenta Nacional, 1893, p. 288. El destacado es nuestro.
41. *La Gaceta* N° 52, año XVI, San José: Imprenta Nacional, 1897, p. 240.
42. Cfr. North, Douglas. *Estructura y cambio en la historia económica*, Madrid: Alianza, 1984.
43. *Boletín Oficial* N° 6, San José: Imprenta Nacional, 1885, p. 4.
44. *Ibid.*
45. *La Gaceta* N° 1261, año V, San José: Imprenta Nacional, 1882, p. 4.
46. *La Gaceta* N° 56, año XV, San José: Imprenta Nacional, 1894, p. 276.
47. Arrieta, *El cultivo y la industria....., op. cit.*, p. 21.
48. *La Gaceta* N° 1261, año V, San José: Imprenta Nacional, 1882, p. 4.
49. *La Gaceta* N° 1250, año V, San José: Imprenta Nacional, 1882, p. 4.
50. *La Gaceta* N° 110, año VII, San José: Imprenta Nacional, 1884, p. 459.
51. *La Gaceta* N° 61, año X, San José: Imprenta Nacional, 1889, p. 558.
52. *La Gaceta* N° 111, año XIV, San José: Imprenta Nacional, 1893, p. 748.
53. Landes, D. y Tilly, C. *History as Social Science*, en: Aróstegui, Julio. *La investigación histórica: teoría y método*, Barcelona: Crítica, 1995, p. 96.

