

Diálogos Revista Electrónica de Historia ISSN 1409- 469X
Vol. 9 No. 2 Agosto 2008 - Febrero 2009.

.....
**DIÁLOGOS. REVISTA ELECTRÓNICA
DE HISTORIA**

Escuela de Historia. Universidad de Costa Rica



La celebración de los quince años: Una ventana al mundo social y cultural de las adolescentes costarricenses (1951-1971) Bach. Zaira Salazar Corrales
Comité Editorial:

Director de la Revista Dr. Juan José Marín Hernández jmarin@fcs.ucr.ac.cr

Miembros del Consejo Editorial: Dr. Ronny Viales, Dr. Guillermo Carvajal, MSc. Francisco Enríquez, Msc. Bernal Rivas y MSc. Ana María Botey

Miembros del Consejo Asesor Internacional: Dr. José Cal Montoya, Universidad de San Carlos de Guatemala; Dr. Juan Manuel Palacio, Universidad Nacional de San Martín y Dr. Eduardo Rey, Universidad de Santiago de Compostela, España

Editor técnico
MSc. Anthony Goebel Mc Dermott goebel@racsa.co.cr

Dirección web: <http://historia.fcs.ucr.ac.cr/dialogos.htm>
(página 245 de 265) p. 245

.....

Palabras claves: Celebraciones de quince años, grupos sociales, representaciones de la juventud, difusión mediática, historia de la sociabilidad

Key words: Fifteenth birthday celebration, social groups, youth representations, diffusion in the media, history of sociability

Fecha de recepción: 31 de julio 2007 - Fecha de aceptación: 15 de octubre 2007

Resumen

El presente artículo describe las principales características de los anuncios sobre la celebración de los quince años, que se publicaron en la prensa costarricense en el período que va de 1951 a 1971. A partir de estos anuncios, se intenta determinar cuáles eran los grupos sociales que anunciaban en prensa la celebración de los quince años de sus jóvenes y se analiza cuál era la importancia que tenía para éstos la difusión pública de dicho acontecimiento. Finalmente se intenta determinar la ubicación geográfica de las jóvenes ahí anunciadas.

Abstract

The present article describes the main characteristics of the announcements published in the Costa Rican media on occasion of fifteenth birthday celebrations during the period between 1951 and 1971. Based on these publications, the author seeks to determine which social groups used the press as a means to announce their young girl's fifteenth birthday, analyzing as well the degree of significance this public announcement had on such an event. Finally, the study also aims to establish the geographical location of the domicile of each one of the young girls announced therein.

Zaira Salazar Corrales. Bachiller en Historia por la Universidad de Costa Rica y estudiante de maestría en Historia de esa misma casa de estudios. Dirección electrónica: zairasc@gmail.com

Citado en
Dialnet - Latindex -
REDALYC-
Directorio y recolector
de recursos
digitales del
Ministerio de Cultura de España



licencia de tipo
"Reconocimiento - No comercial - Compartir igual"

“Diálogos Revista Electrónica de Historia” se publica ininterrumpidamente desde octubre de 1999

La celebración de los quince años: Una ventana al mundo social y cultural de las adolescentes costarricenses (1951-1971)¹

Zaira Salazar Corrales

Introducción

Celebrar los quince años, representó una práctica significativa para las adolescentes de la segunda mitad del siglo XX, pues la celebración de los mismos, significaba dejar en claro ante la sociedad, que se dejaba atrás la etapa de la niñez, para entrar al mundo de la juventud o al mundo “adulto” y poder así participar de las actividades propias de esta nueva etapa. Para determinados sectores de la sociedad anunciar los quince años de sus hijas en prensa era importante ya que esta práctica servía para afirmar, al destacarse ciertos aspectos, que se pertenecía a un grupo social determinado, que se tenía cierto poder económico y que un miembro más de la familia se incorporaba al mundo de la sociedad. El presente artículo, tiene como objetivos analizar las principales características e importancia del anuncio en prensa, identificar cuáles eran esos grupos sociales para los cuáles era más significativo difundir públicamente la celebración de los quince años de sus hijas y de esta manera analizar cuál era el origen social y geográfico de las adolescentes que anunciaban en la prensa escrita dicho acontecimiento, lo anterior en el período que va de 1951 a 1971.

La prensa nacional de la época ha constituido la principal fuente de esta investigación. El periódico que se han empleado como base ha sido el periódico *La Nación*, por ser el periódico más representativo de la época, por ser el de mayor difusión a nivel nacional,

¹ El presente artículo se presentó como ponencia en el simposio *Sociabilidad, Historia y Literatura* realizado en la Universidad de Costa Rica del 18 al 22 de junio de 2007. El mismo forma parte de una investigación más amplia y todavía en construcción que lleva el mismo nombre. Agradezco al profesor Iván Molina cuyas constantes lecturas y comentarios fueron indispensables para la realización de este trabajo, por supuesto los errores u omisiones son de mi entera responsabilidad.

.....
por contar con la parte social más extensa y por ser éste en donde se van a publicar en mayor número los anuncios de la celebración de los quince años. Para realizar el presente análisis, se seleccionó un total de 300 anuncios de la celebración de los quince años, escogiéndose para cada período (1950, 1960, 1970) una muestra de 100 anuncios, los cuales nos proporciona información abundante, principalmente de carácter cualitativa y que nos permiten el análisis de los diversos aspectos planteados.

Características e importancia del anuncio en prensa

Para el año de 1951 anunciarse en prensa era una actividad muy importante, sin embargo, con el transcurrir de los años esta actividad adquiere mayor relevancia, dicha situación, se puede evidenciar en la prensa del período, en donde de la década de 1950 a la de 1960 encontramos una sección social mucho más extensa y con ésta un mayor número de anuncios de fiestas de quince años. Para este período se denomina *sección social* a aquella parte del periódico en la que se anunciaban compromisos de bodas, bodas, aniversarios de boda, despedidas de soltera, cumpleaños, viajes de paseo, viajes de estudio o regreso de ellos, recién graduados, bailes de beneficencia, entre otros.

Son varias las razones por la cuál, con el paso del tiempo, el anuncio en prensa adquiere mayor relevancia, en primer lugar podemos mencionar el desarrollo de la prensa. Antes de 1950 la prensa escrita nacional, se había caracterizado por poseer un formato poco atractivo, por la ausencia parcial de secciones, la presentación de artículos en forma desordenada y por el uso de una tecnología poco desarrollada para su elaboración, sin embargo, después de 1950, se inicia un nuevo período para la comunicación escrita del país, se empiezan a gestar cambios que se van a hacer visibles a inicios de la década de 1960 y se logran desarrollar al finalizar esta década.² Entre los cambios mas importantes

² Vega Jiménez, Patricia, “Los periodistas costarricenses en una época de transición del periodismo en Costa Rica (1950- 1960)” En *Revista de Ciencias Sociales*. San José, Costa Rica. No. 47. Marzo 1990. pp. 27-40.

.....
que se van a evidenciar están la nueva forma de presentar las noticias, de una manera mucho más profesional al dar inicio una nueva etapa, cambiando del periodismo meramente informativo al un periodismo interpretativo, además se hace una distribución espacial más armoniosa dentro del escrito, se distribuyen las diferentes secciones de una manera más ordenada y la publicidad se convierte en este período en el principal sostén del desarrollo periodístico.³

Es probable que nos preguntemos ¿cuáles son los principales elementos que propician dichos cambios en la prensa nacional? Después de 1948 se pone en práctica en el país un modelo de desarrollo impulsado por el partido Liberación Nacional, este nuevo modelo económico logra entre otras cosas ampliar la capacidad económica de los sectores medios costarricenses⁴. Estos sectores medios que continúan en ascenso van a demandar una mayor cantidad de bienes y servicios, entre ellos los relacionados con la comunicación. Estos sectores al aumentar su poder adquisitivo, logran tener mayores posibilidades de consumir productos diferentes a los que estaba acostumbrados, entre ellos, fuentes de información alternativas a los medios de comunicación tradicionales como libros, periódicos y revistas internacionales, en donde se hacían evidentes los cambios en la comunicación que ya habían dado inicio en otros países, principalmente en Estados Unidos, así se forzarán la renovación de la prensa nacional.

Debido las exigencias de esta nueva clase media, la prensa inicia su renovación con el objetivo de ofrecer noticias más frescas, con un formato diferente y por ofrecer una noticia mucho más amena. Se intensifica también un proceso de competencia entre las diversas empresas de comunicación, quienes en primera instancia aumentarán en número y posteriormente se preocuparán por capturar la mayor cantidad de público posible. Entre los instrumentos que adoptan dichas empresas para atraer a sus lectores se puede

³ Vega Jiménez, Patricia, “Los periodistas....,” Op. Cit. P. 28.

⁴ Rovira Mas, Jorge. *Estado y política económica en Costa Rica 1948-1970*. San José, Costa Rica, Editorial Porvenir, 1982. También ver: Araya Pochet, Carlos. *Historia económica de Costa Rica 1950-1970*. San José Costa Rica, Editorial Fernández Arce, 1975. Capítulo IV.

.....
mencionar el aumento y mejoramiento de la sección social del periódico, que sin duda atraería la atención de la sociedad en general.

De esta manera la prensa escrita llegará a más lugares del país, no sólo propiciado por la competencia entre las empresas de comunicación, sino también debido a que en Costa Rica para la década de 1950 registra unas tasas de alfabetización de 91,9 en la zona urbana y de 71,5 para la zona rural⁵, un porcentaje bastante favorable para la época. Además se logra mantener en el país para décadas posteriores un ritmo de crecimiento más o menos constante en dicha tasa de alfabetización tanto en la ciudad como en el campo.⁶ Es probable que este constante aumento en el número de personas alfabetizadas, haya beneficiado la proliferación de los periódicos a nivel nacional.

Otro elemento que contribuyó en este proceso, fue el inicio de la industria televisiva durante la década de 1960 en el país, que llegó a ocupar un lugar fundamental en lo que se refiere a la comunicación de masas, cautivando sobre manera al público, aventajada por su carácter innovador, su atractivo e inmediatez y que obligará al resto de medios, entre ellos la prensa, a comparar su eficacia con ella y aumentar su capacidad de difusión.

De la mano con este desarrollo de las empresas de comunicación, prensa y publicidad, tenemos otro elemento que se relaciona directamente con el aumento en el número de los anuncios de las fiestas de 15 años, y es el cambio en la concepción de la imagen femenina. El mejoramiento económico del país, la creciente industria mercantil y el *boom* de las marcas comerciales supuso a su vez un cambio en la industria de la publicidad, que se profesionalizará después de 1950⁷ pasando, según Eguizábal de la industria de la

⁵ Molina Jiménez, Iván, “Explorando las bases de la cultura impresa en Costa Rica: la alfabetización popular (1821- 1950)” En Vega Jiménez, Patricia. *Comunicación y construcción de lo cotidiano*, San José Costa Rica, Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1999.

⁶ Como lo afirma Molina Jiménez, este crecimiento en la alfabetización tanto en campo como en ciudad significaba que ya desde la primera mitad del siglo XX, el sistema educativo costarricense operaba sin grandes desfases en lo relacionado con la alfabetización popular pese a las diferentes que existían entre el campo y la ciudad. Ver Molina Jiménez, Iván, “*Explorando las bases...*,” 1999.

⁷ Para el historiador de la publicidad Raúl Eguizábal, la que propició el surgimiento de la publicidad moderna, fue, el nacimiento de las marcas comerciales y el control de los precios, al tratar de hacer los

.....
información comercial a la industria de la persuasión⁸, utilizada como instrumento de ventas, y que tendrá entre sus nuevas formulas la utilización de la imagen de la mujer como elemento fundamental para la publicidad.

Con la nueva cultura de masas el carácter iconoclasta de le época se manifiesta. La imagen de la mujer adquiere un carácter público, su cuerpo es tomado como un vehículo simbólico que trasporta diversos productos culturales, de ahí el mayor énfasis que se pone a la apariencia, la belleza y perfección corporal y con ella a elementos como la moda, que popularizará ciertas prácticas como la limpieza y purificación del cuerpo, la depilación, el cuidado de la piel y el ejercicio entre otros. A través del cuerpo se abrirán nuevos espacios para sentir, percibir y actuar.⁹ Los anuncios en prensa y en televisión encontrarán en el cuerpo de la mujer una importante herramienta comercial, se utiliza con mucho mayor frecuencia la figura corporal en los anuncios de artículo femeninos como la ropa interior, los de trajes de baño o los destinados a la salud y cuidado del cuerpo en general. Los dibujos o caricaturas femeninas que antes adornaban los anuncios, serán parcialmente sustituidos por modelos de carne y hueso, presentadas de una manera mucho más sensual. De igual forma la imagen femenina hará su aparición en anuncios de productos exclusivamente varoniles, en donde antes se ausentaban.¹⁰

El cine, la televisión y la prensa habían ejercido cierta presión en construcción de una nueva identidad femenina. Con esta nueva tendencia a exhibir el cuerpo de la mujer, la fotografía también adquiere mayor importancia, se construye en el imaginario colectivo una relación entre la imagen y el poder, ya que en un primer momento va a ser las grandes personalidades las que aparecerán retratadas en dichos medios.

productos más deseables y no sólo la necesidad de vender más. Ver más en: Eguizábal Maza, Raúl, *Historia de la Publicidad*, Madrid, España, Editorial Eresma y Celeste Ediciones, 1998.

⁸ Maza Eguizábal, Raúl, *Historia de la...*, Op. Cit. Capítulos IV, VII y VIII.

⁹ Gonzáles Ortega, Alfonso. *Mujeres y hombres de la posguerra costarricense (1950-1960)*. San José, CR. Editorial de la Universidad de Costa Rica. 2005. pp. 255 - 296.

¹⁰ González Ortega, Alfonso. *Mujeres y hombres...*, 2005.

.....
Esta situación queda claramente evidenciada en la parte social del periódico *La Nación*, en donde la fotografía se convierte en un elemento primordial. En la sección de sociales se puede observar un buen porcentaje de los anuncios que incluyen fotografías femeninas, entre ellos los anuncios de los bailes comunales, reinados y las actividades de beneficencia, en donde se presentan como atractivo fotografías de algunas de las jóvenes que asistirán a la actividad. Algunas páginas de la sección de sociales llegan a contener hasta 9 fotografías femeninas con el fin de anunciar diversas actividades.¹¹ Por supuesto, los anuncios de la celebración de los quince años no son la excepción, casi la totalidad de dichos anuncios, incluyen la fotografía de la cumpleañera, a pesar de que incluir la fotografía de la joven significase la paga de un monto más elevado por el anuncio al ocupar un espacio mayor, algunos de éstos anuncios de 15 años, inclusive llegan a ocupar hasta media página de periódico.¹²

Por otra parte anunciarse en prensa es una actividad de reconocimiento social, se utiliza como instrumento para figurar en sociedad, ¿de que manera? En primer lugar no eran todas las familias que tenían la posibilidad de pagar un anuncio de este tipo. Las familias de recursos más limitados pocas veces podían pagar un espacio en la prensa, por lo tanto poder anunciarse era ya un símbolo de poder económico. Generalmente fueron las familias de clase media y alta las que tuvieron acceso a este tipo de “publicidad”, como lo veremos más adelante.

Este tipo de anuncios se caracterizaba por poseer los más diversos elementos, entre ellos incluir los aspectos fundamentales como nombre de la quinceañera, fecha del cumpleaños y fecha en que se haría la celebración, nombre de los padres y en ocasiones profesión de estos; en caso de que hubiera fiesta, lugar donde se llevaría a cabo. Estos anuncios, también se van a caracterizar por destacar una serie de cualidades de la joven, las cuales

¹¹ Ver algunos ejemplos en *La Nación* 12 de mayo de 1951. P.12. ó *La Nación* 08 de septiembre de 1951. P. 13.

¹² Ver ejemplo en: *La Nación*, 12 de junio de 1971. P.38. Ídem, P.68. Ídem. P.70. Ídem. P.71.

.....
podían ser de carácter personal, intelectual, físico, espiritual y/o artísticas como lo podremos apreciar a continuación.

Para muchas familias fue significativo anunciar en prensa la celebración de los 15 años de sus hijas, ya que el anuncio en prensa cumple entre otras funciones la de servir como instrumento para poder presentar a la nueva señorita ante la sociedad, de esta manera en el anuncio se evidencia la preocupación de la familia por destacar los “*encantos femeninos y prendas morales*”¹³ de la joven y por mencionar aspectos como la espiritualidad,¹⁴ y la moral¹⁵ que la caracterizan. Otros no dudaron en destacar los encantos físicos de la quinceañera, como lo muestra la siguiente cita:

*“posee ella, en grado superlativo las mejores cualidades, que unidas a sus encantos físicos, hacen de ella una damita de excepción”*¹⁶ *“Su hermosura corre pareja con su bondad y sus virtudes, por lo que disfruta de admiraciones y de afecto sin límites que brotan en torno suyo en una cálida floración”*¹⁷

Las aptitudes artísticas de las jóvenes también eran mencionadas, el anuncio de la quinceañera Marielena Arias es un ejemplo de lo dicho, ya que en él se destacan entre otras cosas, sus singulares aptitudes artísticas, “*siendo, a pesar de su extrema juventud una pianista de mérito prometedora de grandes triunfos.*”¹⁸

Las cualidades intelectuales son frecuentemente explícitas y exaltadas en especial para la década de 1950, en donde en caso de que la joven sea estudiante no sólo se indica el nombre del colegio en donde estudia sino también el grado que cursa y si es una alumna destacada en dicho colegio, así encontramos anuncios en donde se insiste en resaltar dicho aspecto, como se evidencia el anuncio de los quince años de la joven Susana Valverde quien:

¹³ *La Nación*, 05 de agosto de 1961. P. 34.

¹⁴ *La Nación*, 24 de octubre de 1951. P. 17.

¹⁵ *La Nación*, 24 de junio de 1951. P. 28.

¹⁶ *La Nación*, 07 de julio de 1951. P.12. Ver también, *La Nación*, 06 de mayo de 1951, P.18. 13 de junio de 1951. P. 13.

¹⁷ *La Nación*, 08 de setiembre de 1951. P. 13.

¹⁸ *La Nación*, 12 de mayo de 1951. P. 17.

“Como alumna en el Colegio Superior de Señoritas, sobresale por sus afanes en superar. Por ese constante tender de manos y penetrante ingenio por arrancarle a los libros instructivos, sus secretos fulgentes; y por su afabilidad que en ella es raudalosa [sic]...como premio a sus triunfos en los estudios secundarios...sus padres le han obsequiado un viaje a México”¹⁹

“La edad risueña”²⁰, “floridas primaveras”²¹, “la edad de oro”²², y “radiantes primaveras”²³, son algunos de los adjetivos que recibe la llegada de los quince años, pero sobre todo se trata de presentar esta etapa, “la inolvidable edad de los 15 años”²⁴ como la “edad dichosa”²⁵ “la edad de los sueños y las ilusiones”²⁶, como una de las etapas más importantes en la vida de una mujer, al decir por ejemplo:

“En este día, la vida cobra una aristocracia [sic] que se torna en sueños, flores y música, todo lo cuál enmarca la fecha inolvidable de la mujer. Las amarguras cotidianas pierden vigencia y el corazón se repleta de alegrías y promesas. Todo es y aparece tejido de encantos y se siente que las perspectivas humanas se hacen más anchas y claras”²⁷

Se sugiere a su vez que partir del advenimiento de esta edad tan esperada, se inicia una nueva vida para la joven, de la cuál se espera “un venturoso porvenir, la realización de todos sus sueños, y toda clase de éxitos y triunfos”²⁸ también expresa que “Con ellos [los 15 años] y para ellos se abren todos los caminos y todas las puertas. Quince años son, y tienen que ser cosas que comienzan y que miran hacia el futuro con la timidez y la belleza de las rosas en botón”²⁹. Se señala que este momento como el inicio de una

¹⁹ *La Nación*, 29 de julio de 1961. P. 32.

²⁰ *La Nación*, 13 de mayo de 1951. P.24.

²¹ *La Nación*, 02 de junio de 1951. P. 13.

²² *La Nación*, 12 de junio de 1951. P.12.

²³ *La Nación*, 07 de julio de 1951. P.12.

²⁴ *La Nación*, 05 de agosto de 1961. P. 34.

²⁵ *La Nación*, 16 de mayo de 1961, P. 30.

²⁶ *La Nación*, 13 de agosto de 1961, P. 64.

²⁷ *La Nación*, 29 de julio de 1961. P. 32.

²⁸ *La Nación*, 02 de diciembre de 1951. P. 34.

²⁹ *La Nación*, 30 de octubre de 1951. P. 19.

.....
nueva etapa en donde se deja atrás la niñez, para entrar al mundo de la juventud, o en algunos casos al mundo adulto:

“Será una fiesta de ilusiones de cariños y esperanzas para la linda quinceañera que al dejar sus muñecas y sus juegos de niña entra por la puerta dorada de la juventud a una nueva etapa de su vida”³⁰

Según José Enrique Finol es un hecho que la celebración de los quince años constituye magníficos instrumentos de creación y reforzamiento de vínculos sociales. Los mismos establecen un modo de socialización de enorme eficacia, tanto para la cumpleañera como para los concurrentes,³¹ a dicha celebración asistía la familia, las amistades de la familia y las compañeras de estudio de la joven. De forma indirecta el anuncio también logra destacar la posición social de la quinceañera, al sugerirse por medio del texto datos como el siguiente, en donde se insinúa las relaciones sociales que ha logrado establecer la adolescente a través de su posición social:

“...ofrecerá una fiesta a sus amistades, para celebrar sus quine años, fiesta que dará ocasión para hacer patente a la gentil quinceañera, las fervorosas admiraciones de que disfruta en el basto círculo de sus relaciones”³²

Los aspectos mencionados nos ofrecen claros ejemplos de las características que posee el anuncio en prensa durante el período en estudio, sobre el significado que tenía para las familias anunciar la celebración de los quince años en prensa y nos dan una luz sobre el origen social y geográfico de dichas jóvenes como lo veremos en el siguiente apartado.

Origen social de las adolescentes

Los anuncios en la prensa se caracterizaron por incluir entre otras cosas el nombre y apellido de los padres de la quinceañera. Lo anterior sugiere que incluir siempre los

³⁰ *La Nación*, 29 de julio de 1961. P. 29.

³¹ Finol, José Enrique. “De niña a mujer... el rito de pasaje en la sociedad contemporánea” en *Cuadernos*, Universidad de Juyui Argentina. No. 17. Febrero 2001.

³² *La Nación*, 30 de octubre de 1951. P. 19.

.....
nombres y apellidos de los padres podía tener como finalidad no dejar duda sobre la procedencia de la adolescente, de esta manera se podía saber a que familia pertenecía, así podemos encontrar apellidos importantes como: Annick De la Goublaye de Menorval³³, hija del vizconde B. de la Goublaye de Ménorval y de la Vizcondesa Ana Izabel Rodríguez Quirós de Ménorval ó el anuncio de los quince años de Karen Cristina Figueres Olsen, la hija de los señores José Figueres Ferrer y Karen Olsen de Figueres, Presidente y Primera Dama de la República para ese momento, quienes no fueron la excepción en anunciar en prensa un acontecimiento tan simbólico e importante como lo era la llegada de los quince años de su hija.³⁴

Incluir el nombre de los padres, permitía a su vez incluir la profesión de éstos, el anuncio de la celebración de los 15 años de Lucila R. Cordero Guillén, es un buen ejemplo de ello. El anuncio de esta joven incluye una fotografía en donde no aparece sola, como era la costumbre de la época de 300 casos analizados, sólo en cuatro ocasiones la cumpleañosera sale en su fotografía acompañada por alguien más, por el contrario la joven Cordero aparece acompañada por su papá de quien se especifica es Ministro Consejero de la Embajada de Costa Rica en Quito, Ecuador. Además salen en la fotografía algunos de los colegas de su padre relacionados con política exterior e invitados a la celebración de los quince años de la joven.³⁵

³³ *La Nación*, 24 de junio de 1951. P. 28.

³⁴ *La Nación*, 07 de agosto de 1971. P. 68.

³⁵ *La Nación*, 03 de agosto de 1971. P. 52.

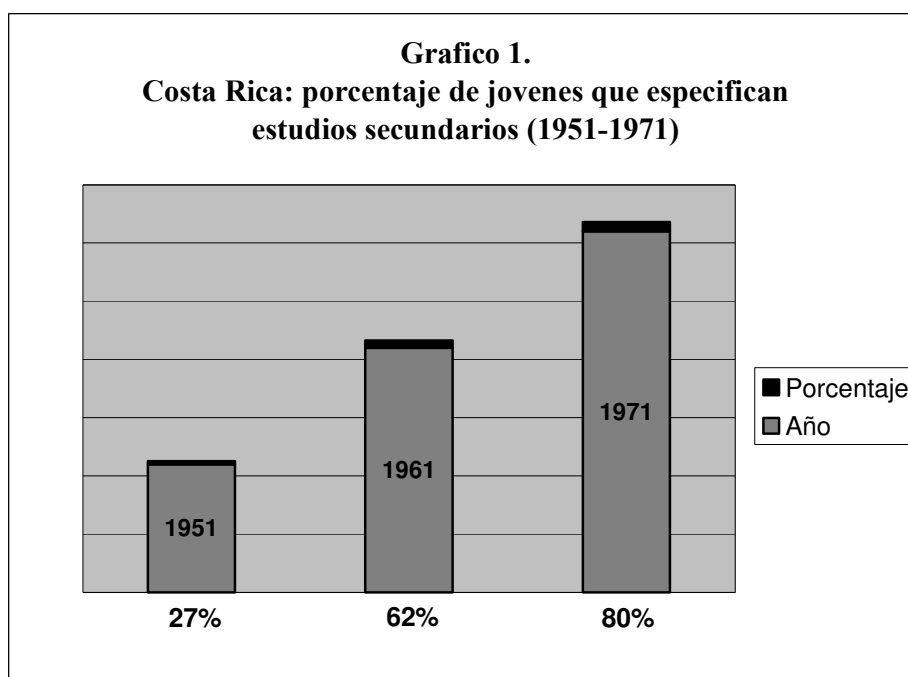


En la fotografía aparecen: de izquierda a derecha, ministro consejero de a embajada de Costa Rica en Ecuador, Israel Cordero Bolaños; la encargada de Negocios del Brasil, la cumpleañera, el embajador de la república Dominicana; la primera secretaria de la embajada de Francia; el encargado de negocios en Guatemala y la primera secretaria de la embajada de Costa Rica en Ecuador. *La Nación* 03 de agosto de 1971. P. 52.

No es en todos los casos en donde se menciona la profesión del padre o la madre de la quinceañera, sin embargo, de acuerdo con los anuncios que si lo especifican encontramos que para el caso de los padres, las profesiones de licenciados, ingenieros y doctores, son las que más se repite a lo largo del período, mientras que en el caso de las madres la profesión que más se menciona es la de profesora. Es interesante rescatar que en los casos estudiados para 1951, ninguno especifica ocupación de la madre y para 1961 sólo se encuentran 2 casos en los que se incluye el dato, mientras que para 1971, se localizaron 8 casos en donde se especifica dicha ocupación, entre ellos se menciona a la primera dama de la república, una doctora, una licenciada y 5 profesoras. Para una joven de la época

.....
proceder de una familia en donde tanto el padre como la madre son profesionales, era señal de que se tenía una importante ascendencia social.

Incluir el colegio donde estudia la joven, también es un elemento útil para analizar el origen social de las quinceañera. Para las décadas de 1950 y 1960, no todas las jóvenes son las que van a poder recibir una educación secundaria, principalmente van a ser las hijas de familias más acomodadas las que tengan un mayor acceso a este tipo de educación; además la mayoría de centros de estudios secundarios se localizaban en las zonas urbanas, precisamente las áreas en donde por lo general las clases medias y altas del país se concentraban. Como lo muestra el Grafico 1, para 1971 al menos el 80% de las jóvenes estudiadas cursan la secundaria.³⁶ Por otra parte muchas de estas adolescentes estudiaban en centros privados lo que nos ofrece otro elemento para pensar que efectivamente contaban con cierta capacidad económica.



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos *Los Anuncios de la celebración de los quince años*, inédita, San José, Costa Rica 2006.

³⁶ Se utiliza el término *al menos* teniendo en consideración que algunas de las jóvenes siendo estudiantes, no lo especifican en el anuncio en prensa.

Desde este punto de vista la década 1970 es un caso diferente, variará a la tendencia de 1950 y parte de los 60. En el último período en estudio, los anuncios muestran que la práctica de anunciar la celebración de los quince años en prensa ya se ha popularizado, es en 1971 donde se nota un significativo aumento en el número de anuncios de este tipo y el origen social de las adolescentes parece ser mucho más variado, el número de jóvenes de provincias periféricas como Guanacaste, va a aumentar, dejando de ser esta práctica característica del Valle Central.

Algunos de los anuncios incluyen el lugar en donde se llevará acabo la celebración de los quince años. Entre la lista de lugares que se pueden identificar, hay un buen número que corresponde a centros privados entre ellos el Gran Hotel Costa Rica, la Casa Italia, la Asociación China, el Colegio de Médicos y Cirujanos, el Club Unión, el Colegio de Abogados entre otros. Es indiscutible que en la época, no cualquier familia podía pagar un centro privado para realizar la celebración, además el realizarse dicha actividad en el lugares como el Colegio de Abogados o el Colegio de médicos significaba que algún miembro de la familia, probablemente el padre, ejercía la profesión de tal colegio y motivo por el cual se le permitía realizar la celebración en dicho lugar.

Para la historiadora social Elizabeth Pleck, quien hace un estudio en los rituales familiares comparando el siglo XIX con el siglo XX, existe una clara relación entre rituales familiares, cultura material y género. Ella estudia los cambios estructurales en el trabajo, el ocio y la producción y cómo el aumento en las compras y la oferta de servicios producto del crecimiento comercial, marcan hasta los momentos más privados de la cultura, y más específicamente de la familia. Para Pleck, esta situación dará paso a que los días festivos adquieran una mayor relevancia, al convertirse en días claves para el comercio, debido a la compra y adquisición de servicios que estas celebraciones requieren, señala además como las familias combinarán la tradición (en este caso de la

.....
celebración) con el consumo y cómo pasarán las fiestas de realizarse en el espacio privado del hogar a ser realizadas en espacios públicos.³⁷

En el período en estudio se puede evidenciar la situación expuesta por Pleck debido a que en Costa Rica durante la década de 1950, la mayoría de celebraciones se llevan a cabo en las casas de habitación de las adolescentes o en su defecto, en la casa de algún familiar cercano, generalmente la casa de los abuelos, aunque en varias ocasiones se llega a utilizar la casa de tíos, padrinos u otros familiares. En 1951 de 100 casos analizados, 50 especifican en donde se realizará la actividad y de éstos, sólo se encuentran 9 casos en que la fiesta se realizará fuera del hogar. En la década de 1960 en cuando se empieza a identificar cierta tendencia a realizar las fiestas de quince años fuera del hogar, de 42 casos, 13 ejemplifican esta tendencia, mientras que para inicios de la década de 1970, ya se evidencia una clara preferencia a realizar dichas celebraciones en espacios ajenos al hogar, ya fueran estos lugares públicos como salones comunales o en centros privados como clubes y hoteles. Para 1971, van a ser menos los casos en que la celebración que se realice en la casa de habitación, en este año el 62% de los casos estudiados especifica lugar donde se hará la fiesta y de éstos el 47% se realizan fuera del hogar de la adolescente. El siguiente cuadro ejemplifica lo expuesto.

Cuadro No. 1.
Costa Rica. Lugar donde se realizan las fiestas de 15 años, entre 1951 y 1971. Según los anuncios en prensa de la celebración

| Año | Fiestas En la Casa de Habitación | En la casa de algún familiar | En algún lugar público o centro privado | No especifica | Total |
|-------------|---|-------------------------------------|--|----------------------|--------------|
| 1951 | 29 | 4 | 9 | 62 | 100 |
| 1961 | 25 | 4 | 13 | 58 | 100 |
| 1971 | 28 | 3 | 29 | 40 | 100 |

³⁷ Dirks, Jacqueline K. "Of woman and things". *En Journal of Womens History*, Vol. 16 No.1. 2004.

Diálogos Revista Electrónica de Historia ISSN 1409- 469X
Vol. 9 No. 2 Agosto 2008 - Febrero 2009.

| | | | | | |
|-------|----|---|----|-----|-----|
| Total | 83 | 9 | 48 | 160 | 300 |
|-------|----|---|----|-----|-----|

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos *Los anuncios de la celebración de los quince años*. Inédita, San José Costa Rica, 2006

En estos anuncios sólo se registra un tipo de regalo, que van a ser los viajes fuera el país. Hubo jóvenes a las que se les cambiaba la fiesta por uno de ellos, mientras que a otras, aparte la realización de la fiesta, se les daba como obsequio de cumpleaños dicho viaje. Según los anuncios correspondientes a la década de 1950, no era una práctica común regalar viajes al exterior, por lo menos en los datos analizados no encontramos ningún caso al respecto. Para la década de 1960 ya encontramos varios casos en que a la quinceañera recibe este tipo de obsequio, y para inicios de la década de 1970 encontramos un número significativo de anuncios en donde se dice que la joven viajará al exterior como regalo de cumpleaños. Más específicamente para 1961 el 9% de los anuncios mencionan un viaje al exterior como obsequio de cumpleaños y para de la década de 1971 porcentaje asciende a un 15%.

Para todo el período estudiado, el principal destino de éstas jóvenes va a ser los Estados Unidos³⁸, siendo el segundo destino de importancia México³⁹, aunque también se mencionan viajes a Canadá⁴⁰, Guatemala⁴¹, Europa⁴² e Israel⁴³. Este tipo de obsequios evidencian por una parte la capacidad económica de las familias que anunciaban en prensa el cumpleaños de sus hijas y por otra la tendencia a sustituir con el paso del tiempo las tradicionales fiestas de quince años por obsequios poco comunes y tal vez por esto más atractivos como los viajes.

³⁸ *La Nación* del 25 del junio de 1961. P. 60.

³⁹ *La Nación*, 02 de julio de 1961, también ver: *La Nación*, 12 de junio de 1971. P. 62.

⁴⁰ *La Nación*, 25 de junio de 1971. P.52.

⁴¹ *La Nación*, 01 de julio de 1961. P. 31.

⁴² En los casos de los viajes a Europa, no se especifica el país de destino. Ver algunos ejemplos en: *La Nación*, 16 de julio de 1971, también ver: *La Nación* 07 de agosto de 1971.

⁴³ Para Israel sólo se encuentra un caso. *La Nación*, 28 de octubre de 1961. P. 29.

El origen geográfico

En cuanto al origen geográfico podemos afirmar que los anuncios de la celebración de los 15 años, recuperan de forma parcial datos que nos ayudan a descubrir el origen geográfico de las adolescentes que se anunciaban en prensa. Si analizamos las tres décadas en conjunto tenemos que San José ocupa el primer lugar en cuanto a la procedencia de las quinceañeras anunciadas, Alajuela, Heredia, Cartago, le siguen en importancia, mientras que Limón será la provincia menos representada con un total de 3 casos para todo el período, seguida de Cartago y Guanacaste con 11 casos cada una.

Un dato importante es que para 1951, La provincia de Puntarenas con 9 casos específicos aparece bien representada, ya que el número de jóvenes de esta provincia que anuncian sus quince años es mayor al número de las jóvenes de Cartago y Heredia los cuales registran 6 y 2 casos respectivamente. En este mismo período para la provincia de Guanacaste sólo aparece un caso, mientras que para Limón no se encuentra ninguno.

Cuadro No. 2
Costa Rica: Origen geográfico de las adolescentes que anuncian
en prensa la celebración de los quince años. 1951-1971

| Año | Lugar de Residencia | | | | | | | |
|--------------|---------------------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|------------|----------------|
| | San José | Alajuela | Cartago | Heredia | Limón | Puntarenas | Guanacaste | Fuera Del país |
| 1951 | 8 | 13 | 6 | 2 | 0 | 9 | 1 | 0 |
| 1961 | 13 | 5 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1971 | 20 | 10 | 3 | 6 | 2 | 1 | 7 | 3 |
| Total | 41 | 28 | 11 | 12 | 3 | 12 | 11 | 7 |

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos *Los anuncios de la celebración de los quince años*. Inédita, San José Costa Rica, 2006.

Dirección web: <http://historia.fcs.ucr.ac.cr/dialogos.htm>

(página 263 de 265)

p. 263

Para 1961, San José será la provincia más representada en dichos anuncios con 13 casos, el mismo número que tuvo Alajuela para el período anterior. Lo interesante es que en esta década si se identifican anuncios de jóvenes que viven en la provincia de Guanacaste con 3 casos, de hecho su número va a ser mayor que el de las jóvenes de Puntarenas y Cartago que tendrán 2 casos cada una, y Limón que apenas tendrá uno para este año.⁴⁴

El año de 1971 parece ser la década en donde la procedencia de las jóvenes es más diferenciada, aunque hay que destacar que San José con 20 casos, seguirá siendo la provincia que más se mencione como lugar de residencia de estas jóvenes, Alajuela tendrá el segundo puesto de importancia al igual que en los otros dos períodos y Puntarenas será la menos representada con solamente un caso. El número de jóvenes cuyo lugar de residencia es la provincia Guanacaste va a aumentar considerablemente para este año, con 7 casos específicos, mientras que la presencia de las jóvenes Cartaginesas disminuirá considerablemente respecto a su cifra para 1951, identificándose solamente 3 casos.

Algunas de las jóvenes a las cuáles se les felicita por la llegada de sus quince años, no se encuentran en el país sino que residen en el exterior, ya sea porque se encuentran estudiando o porque han tenido que trasladarse debido a la situación laboral de sus padres, como es el caso de Rosemary Ríos⁴⁵ y Amalia Araya⁴⁶, quienes residen en Los Estados Unidos o el de Rosa Cordero quien vive en Ecuador⁴⁷. Cabe recordar que dichas estimaciones han sido elaboradas de acuerdo con los casos en los que sí se especifica el lugar de residencia de la joven, por lo que resulta probable que el número de jóvenes que residen fuera del país sea mucho mayor.

⁴⁵ *La Nación*, 26 de junio de 1971. P. 51.

⁴⁶ *La Nación*, 26 de junio de 1971. P. 36.

⁴⁷ *La Nación*, 03 de agosto de 1971. P. 52.

Conclusión

El auge de la economía nacional, posterior a 1960, supuso una mayor demanda por parte de los sectores medios de la sociedad, entre estas demandas estuvo la modernización de la prensa. A estas exigencias de los sectores medios se le suma la llegada de la televisión y el surgimiento de nuevas empresas de comunicación que ayudadas por la renovación de la publicidad, competirán por atraer el mayor público posible. Entre sus nuevas estrategias estará el aumento en la sección social de la prensa en donde cada vez aparecerán un mayor número de anuncios de la celebración de los 15 años.

Dichos anuncios, van a incluir una serie de elementos que van a permitirnos determinar el origen social y geográfico de éstas adolescentes, llegándose a determinar que el anuncio en prensa fue una practica esencialmente del valle central, y que las familias que podían anunciarse en prensa por lo general pertenecían a las clases medias y altas de la sociedad costarricense, situación que se evidencia en el tipo de colegio en donde estudian las jóvenes, lugar donde se realizan las fiestas, la mayoría de ellos centros privados, los regalos hechos a las quinceañeras, ocupación de los padres etc. aunque para el último período en estudio, es decir para principios de la década de 1970 se evidencia una mayor diversidad en la procedencia geográfica y el origen social de las quinceañeras.

Las razones por la cuáles era importante anunciar la celebración de los quince años variaba dependiendo de la familia, sin embargo, una de las principales razones fue la presentación de la nueva señorita ante la sociedad, fundamentado en el inicio de una nueva etapa en la vida de la joven, resaltando a su vez todas las cualidades que ayudaran a crear una imagen positivas de ella, ya fueran éstas de carácter, económico, físico, artístico, moral o intelectual.