

LOS COMUNISTAS COMO EMPRESARIOS. LA GESTIÓN DEL PERIÓDICO *TRABAJO*, COSTA RICA (1931-1948)*

Iván MOLINA JIMÉNEZ**

Abstract

This article analyzes the administrative strategies used by the Communist Party of Costa Rica (PCCR) for the management of its weekly newspaper, *Trabajo* from 1931 to 1948. I argue that the PCCR based its organization on a non-commercial strategy: The PCCR made its militants responsible for the distribution, to seek for buyers or subscriptions, and they had to contribute periodically with money. Those economic demands and efforts were combined with contests and competitions to determine which militants, cells or sections contributed the most to the newspaper. The success of these peculiar combination was possible because of the open and democratic character of the Costa Rican society and because the PCCR created a strong identity and support for the newspaper within its sympathizers and militants.

Keywords: *Communism, Management, Media, History, Costa Rica.*

Resumen

El presente artículo analiza las estrategias empleadas por el Partido Comunista de Costa Rica (PCCR) para administrar su periódico semanal, *Trabajo*, en los años 1931-1948. El argumento central es que el PCCR basó esa ges-

* El presente artículo es producto del proyecto de investigación titulado “Un periódico comunista en una sociedad capitalista: *Trabajo* (1931-1948)”, el cual ha sido financiado por la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica.

** Historiador. Profesor de la Escuela de Historia e investigador del Centro de Investigación en Identidad y Cultura Latinoamericanas (CIICLA) de la Universidad de Costa Rica. Autor de numerosas publicaciones sobre la historia política y cultural de Centroamérica en el periodo 1850-1950. Su último libro se titula *Los pasados de la memoria. El origen de la reforma social en Costa Rica (1938-1943)*, Heredia, Editorial Universidad Nacional, 2008.

ción en una estrategia no comercial, que consistió en responsabilizar a los militantes de la distribución, de buscarle nuevos compradores y/o suscriptores y de aportar contribuciones periódicas. Tales demandas de dinero y de tiempo fueron combinadas, a la vez, con la realización de concursos y competencias para determinar cuáles militantes, células o secciones aportaban más al semanario. El éxito de esta peculiar combinación fue posible tanto por el carácter abierto y democrático de la sociedad costarricense, como porque el PCCR consiguió que sus militantes y simpatizantes se identificaran fuerte y profundamente con el periódico.

Palabras clave: *comunismo, prensa, administración, historia, Costa Rica.*

Los estudios sobre el Partido Comunista de Costa Rica (PCCR), en el periodo 1931-1948, han prestado particular atención a su papel como impulsor del cambio social, proceso que implicó liderar diversas luchas de los trabajadores en contra de sus patronos.¹ El presente artículo incorpora una perspectiva muy diferente, ya que su objetivo central es examinar el desempeño de los comunistas como empresarios. Un enfoque de este tipo procura resaltar el hecho, comúnmente pasado por alto, de que las actividades realizadas por el PCCR en el periodo indicado dependieron ante todo de su capacidad para captar, administrar e invertir fondos provenientes de diversas categorías de trabajadores urbanos y rurales y de algunos sectores de pequeños y medianos patronos, intelectuales y profesionales.

En efecto, aparte de cotizar para el PCCR (los que eran militantes) y para los sindicatos respectivos (los que estaban afiliados), las categorías ocupacionales ya señaladas se convirtieron en las principales fuentes de fondos para los comunistas. Entre las principales responsabilidades financieras del partido figuraban sostener a un círculo de dirigentes de tiempo completo, financiar —cada dos años— las campañas electorales, realizar diversas actividades de solidaridad interna y externa (respaldo a huelguistas, encarcelación de militantes y colaboración con sus familias, ayuda a organizaciones y movimientos internacionales), e impulsar proyectos editoriales y de otra índole. Aunque este importante tema no ha sido estudiado todavía, un análisis preliminar de algunos datos disponibles evidencia que, a medida

¹ Sibaja, Emel, “Ideología y protesta popular: la huelga bananera de 1934 en Costa Rica”, tesis de Licenciatura en Historia, Universidad Nacional, 1983; Acuña, Víctor Hugo, *La huelga bananera de 1934*, San José, CENAP-CEPAS, 1984; Hernández, Carlos, “‘La gota que derramó el vaso’: una reexploración de la gran huelga de zapateros de 1934”, ponencia, Tercer Congreso Centroamericano de Historia, San José, Costa Rica, 15-18 de julio de 1996, pp. 1-21; Miller, Eugene D., *A Holy Alliance? The Church and the Left in Costa Rica, 1932-1948*, Armonk, M.E. Sharpe, 1996, pp. 34-51.

que los comunistas consolidaron su inserción institucional, sus demandas de recursos crecieron y se diversificaron, de manera que a corto plazo llegaron a tener en marcha varias campañas simultáneas de recaudación de dinero.

Esas colectas periódicas y sistemáticas, que eran realizadas públicamente, fueron posibles por el carácter democrático de la sociedad costarricense. Los comunistas, que tuvieron un limitado apoyo financiero del Comintern,² debieron diseñar estrategias para competir tanto por los votos de los ciudadanos en el mercado político, como por el apoyo monetario de distintos sectores sociales. El objetivo del presente artículo es aproximarse a esa dimensión empresarial de la experiencia comunista con base en un análisis de cómo administraron su periódico, *Trabajo*. Llevar a cabo una tarea de esta índole es posibilitada por la información que este semanario publicó sobre su circulación, costos de producción, deudas, búsqueda de financiamiento y las relaciones de los administradores con agentes y pregoneros.

El argumento central es que el PCCR basó la gestión de *Trabajo* en una estrategia no comercial, que consistió en responsabilizar a los militantes de la distribución, de buscarle nuevos compradores y/o suscriptores y de aportar contribuciones periódicas. Tales demandas de dinero y de tiempo fueron combinadas, a la vez, con la realización de concursos y competencias para determinar cuáles militantes, células o secciones aportaban más al semanario. El éxito de esta peculiar combinación fue posible tanto por el carácter abierto y democrático de la sociedad costarricense, como porque el PCCR consiguió que sus militantes y simpatizantes se identificaran fuerte y profundamente con el periódico. En sus páginas se configuró, en efecto, un espacio cultural en el cual ser comunista se convertía en una extraordinaria experiencia compartida, que era ampliamente visible y reconocida en la esfera pública.

Con el fin de alcanzar el propósito indicado, este artículo ha sido dividido en tres secciones. En la primera, se considera brevemente la trayectoria del PCCR en los decenios de 1930 y 1940 y el papel jugado por *Trabajo* en el proyecto político de esta organización. En la segunda, se identifican algunas de las características físicas básicas del semanario y cómo se modificaron durante las décadas indicadas; además se examina cómo varió el total de ejemplares impresos, su distribución geográfica y las estrategias de comercialización. Por último, en la tercera, se analiza la gestión del periódico en términos de sus costos de producción y financiamiento.

² Ching, Erik, "El Partido Comunista de Costa Rica, 1931-1935: los documentos del Archivo Ruso del Comintern", *Revista de Historia*, San José, núm. 37, enero-junio, 1998, pp. 7-226.

Si bien la prensa comunista se ha convertido en una de las fuentes más consultadas por distintos investigadores sociales en las últimas décadas, rara vez ha sido considerada como un objeto de estudio por sí mismo.³ Por tanto, aún está pendiente la tarea de explorarla en términos de sus estructuras de contenido, diseño gráfico, jerarquía administrativa, colaboradores, financiamiento y procesos de impresión y distribución. El presente artículo procura contribuir a esa tarea, a partir del análisis de algunos de los principales aspectos relacionados con la gestión de *Trabajo*, con la esperanza de sentar la base para futuros estudios comparativos.

El PCCR en el periodo 1931-1948

La disponibilidad de datos sobre la gestión de *Trabajo* se explica, en mucho, por el carácter democrático de la sociedad costarricense de las décadas de 1930 y 1940, que facilitó al PCCR poner en práctica diversas estrategias que no habrían sido posibles bajo un sistema autoritario. En contraste, en el resto de Centroamérica la crisis económica de 1930 fue el contexto en que los militares iniciaron prolongadas dictaduras: Jorge Ubico en Guatemala (1931-1944), Maximiliano Hernández Martínez en El Salvador (1931-1944), Tiburcio Carías en Honduras (1933-1949) y Anastasio Somoza García en Nicaragua (1936-1956). Tales regímenes emprendieron una represión fulminante y brutal de los comunistas guatemaltecos y salvadoreños, y más moderada y paulatina de los hondureños y nicaragüenses.⁴

³ Entre otros estudios, véanse: Perdomo, Omar, “‘La Palabra’: el primer diario legal de los comunistas cubanos”, *Revista de la Biblioteca Nacional José Martí*, La Habana, 29:1, enero-abril, 1987, pp. 185-188; Carr, Barry, *Maxism & Communism in Twentieth-Century México*, Lincoln, University of Nebraska, Lincoln, 1992, pp. 36-37; Chang, Ming K. y Lau, Tuen-yu, “Dilemma of the Communist Press in a Pluralistic Society: Hong Kong in the Transition to Chinese Sovereignty, 1988-1989”, *Asian Survey*, 30:8, August, 1990, pp. 731-747; Rothenberg, Nina, “The Catholic and the Communist Women’s Press in Post-War Italy—An Analysis of Cronache and Noi Donne”, *Modern Italy*, 11:3, November, 2006, pp. 285-305.

⁴ Taracena, Arturo, “El primer Partido Comunista de Guatemala (1922-1932). Diez años de una historia olvidada”, *Anuario de Estudios Centroamericanos*. San José, 15:1, 1989, pp. 49-63; Alvarenga, Patricia, *Cultura y ética de la violencia. El Salvador 1880-1932*, San José, Editorial Universitaria Centroamericana, San José, 1996, pp. 323-347; Gould, Jeffrey L. y Lauria-Santiago, Aldo A., *To Rise in Darkness. Revolution, Repression, and Memory in El Salvador, 1920-1932*, Durham, Duke University Press, 2008, pp. 132-239; Euraque, Darío A., *Reinterpreting the Banana Republic: Region and State in Honduras, 1870-1872*, Chapel Hill, The University of North Carolina Press, 1996, pp. 37-38; Gutiérrez, Gustavo, “Historia del movimiento obrero en Nicaragua”, *Cuadernos Centroamericanos de Historia*, Managua, núm. 2, mayo-agosto, 1988, pp. 87-88; Walter, Knut, *The*

Fundado en junio de 1931, el PCCR debió cambiar su nombre a Bloque de Obreros y Campesinos (BOC) en 1932 para poder inscribirse electoralmente. El ultraizquierdismo discursivo que caracterizó a tal organización en sus primeros años,⁵ tendió a desaparecer a partir de 1935-1936, en un afán por atraerse el apoyo de votantes no comunistas y a tono con la promoción de la estrategia de frente popular por parte del Comintern.⁶ La captura de importantes puestos legislativos y municipales, que consolidó su inserción institucional, condujo a que la dirigencia pasara de denunciar la democracia costarricense —etiquetada como “burguesa”— a defenderla.⁷

En 1940, el aspirante del Partido Republicano Nacional (PRN), Rafael Ángel Calderón Guardia, ganó las elecciones presidenciales e inició un programa reformista que supuso la creación de la Caja Costarricense de Seguro Social, la aprobación de un código laboral y la incorporación de un capítulo de garantías sociales en la Constitución. Los comunistas empezaron, desde 1941, a aproximarse al gobierno, acercamiento que culminó en 1943, cuando el PCCR fue disuelto para crear el Partido Vanguardia Popular (PVP), el cual se alió con el PRN para participar en los comicios de 1944 y apoyar la candidatura de Teodoro Picado. La victoria electoral de esa coalición, que sus oponentes atribuyeron al fraude, intensificó la polarización de la política costarricense, proceso que culminó en un conflicto armado tras las elecciones de 1948.⁸ Los vencedores de la guerra civil, liderados por José Figueres, rápidamente tomaron medidas para desarticular al PRN e ilegalizar al PVP.⁹

Con la fundación del PCCR, en 1931, el sistema de partidos experimentó una modificación decisiva, ya que el nuevo competidor político, a diferen-

Regime of Anastasio Somoza 1936-1956, Chapel Hill, The University of North Carolina Press, 1993, pp. 56-57 y 103-104.

⁵ Acuña, Víctor Hugo, “Nación y política en el comunismo costarricense (1930-1948)”, ponencia, Tercer Congreso Centroamericano de Historia, San José, Costa Rica, 15-18 de julio de 1996, pp. 10-11.

⁶ Caballero, Manuel, *Latin American and the Comintern 1919-1943*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986, pp. 122-123; Fonet-Betancourt, Raúl, *Transformaciones del marxismo. Historia del marxismo en América Latina*, México, Plaza y Valdés, 2001, pp. 172-173.

⁷ Molina, Iván, *Anticomunismo reformista, competencia electoral y cuestión social en Costa Rica (1931-1948)*, San José, Editorial Costa Rica, 2007, p. 176.

⁸ Lehoucq, Fabrice y Molina, Iván, *Stuffing the Ballot Box. Fraud, Electoral Reform and Democratization in Costa Rica*, Cambridge, Cambridge University Press, 2002, pp. 178-227.

⁹ Aguilar, Marielos, *Clase trabajadora y organización sindical en Costa Rica 1943-1971*, San José, Editorial Porvenir, 1989, pp. 71-91.

cia de sus rivales —activos únicamente en función de las elecciones—, era permanente, contaba con un periódico propio (*Trabajo*) y disponía de una base sindical que procuraba expandir.¹⁰ El objetivo de lograr un eficiente desempeño en las urnas, pese a su fundamental importancia, era apenas parte de una dinámica más amplia, que implicaba mantener una presencia constante en la esfera pública (centrada en la denuncia de las injusticias sociales), organizar crecientemente a los trabajadores y elevar el número de afiliados.

Para comprender mejor el carácter estratégico del periódico en el proyecto precedente se deben considerar los avances experimentados por la alfabetización popular en Costa Rica: en 1927, de las personas de 9 años y más, sabían leer el 86 por ciento de las que habitaban en las ciudades principales (capitales de provincia), el 67 por ciento de las que residían en las villas (cabeceras de cantón) y el 56 por ciento de las avecindadas en el campo.¹¹ La existencia de diversas audiencias de lectores, compuestas por distintas categorías de trabajadores urbanos y rurales fue la base que posibilitó la expansión del semanario comunista.

Tamaño y circulación

En sus dos primeros años, *Trabajo* circuló aproximadamente una vez al mes (véase Cuadro 1); a partir de 1933, comenzó a ser impreso semanalmente,¹² periodicidad que únicamente se alteró en 1947 y 1948. El hecho de que entre 1933 y 1946 los comunistas lograran publicar entre 49 y 52 ediciones anuales no sólo destaca la estabilidad de su órgano oficial, sino la ausencia sistemática de restricciones institucionales que limitaran su distribución. Si bien entre 1934 y 1935 los editores responsables de *Trabajo* fueron ocasio-

¹⁰ Botey, Ana María y Cisneros, Rodolfo, *La crisis de 1929 y la fundación del Partido Comunista de Costa Rica*, San José, Editorial Costa Rica, 1984; Cerdas, Rodolfo, *La hoz y el machete. La Internacional Comunista, América Latina y la revolución en Centroamérica*, San José, Editorial Universidad Estatal a Distancia, 1986, pp. 323-359; Contreas, Gerardo y Cerdas, José Manuel, *Los años 40's: historia de una política de alianzas*, San José, Editorial Porvenir, 1988.

¹¹ Molina, Iván y Palmer, Steven, "Popular Literacy in a Tropical Democracy: Costa Rica 1850-1950", *Past and Present*, núm. 184, August, 2004, pp. 193-194.

¹² En julio de 1947, la escritora y dirigente comunista, Carmen Lyra reconoció que Rómulo Betancourt jugó un papel central en la conversión de *Trabajo* en un semanario, pero no detalló su aporte. *Trabajo*, 12 de julio de 1947, p. 3. Acerca de la militancia de Betancourt en el PCCR, véase Gómez, Alejandro, *Rómulo Betancourt y el Partido Comunista de Costa Rica*, San José, Editorial Costa Rica, 1994.

nalmente llevados a los tribunales y encarcelados,¹³ y en el último año indicado se prohibió por corto tiempo el envío del semanario por correo,¹⁴ el periódico en la mayor parte del periodo bajo estudio fue comercializado sin que las autoridades lo impidieran e, incluso, los comunistas colocaron algunos cientos de ejemplares en el exterior, especialmente en Nicaragua y Panamá.¹⁵

Cuadro 1
Trabajo: tamaño, formato y circulación (1931-1948)

<i>Años</i>	<i>Números por año</i>	<i>Periodicidad en días</i>	<i>Páginas promedio</i>	<i>Tamaño de página*</i>	<i>Tamaño total de edición**</i>	<i>Ejemplares***</i>
1931	8	21.3	4.0	103.5	68.1	1,000
1932	11	30.5	4.2	103.5	71.2	1,400
1933	51	7.2	4.0	103.5	68.1	2,500
1934	51	7.1	4.0	122.0	80.9	3,500
1935	50	7.3	4.0	135.8	90.3	3,500
1936	50	7.4	5.7	105.7	97.2	3,500
1937	51	7.1	6.1	100.0	100.0	3,500
1938	49	7.4	4.8	100.0	78.6	3,500
1939	51	7.0	4.9	100.0	80.6	3,500
1940	50	7.4	4.2	100.0	69.1	3,500
1941	49	7.4	4.1	100.0	67.9	3,500
1942	49	7.3	4.1	100.0	67.9	4,000
1943	51	7.1	4.0	100.0	65.8	5,150
1944	52	7.1	4.2	105.7	73.6	7,500
1945	50	7.1	4.0	134.8	88.6	7,000
1946	52	7.0	4.0	135.8	89.4	6,000
1947	46	7.6	7.4	77.0	87.6	5,000
1948	6	10.5	8.0	66.3	87.3	5,000

* El tamaño fue calculado en pulgadas cuadradas; base 100 = 1937 (282 pulgadas cuadradas).

** El tamaño fue calculado en pulgadas cuadradas; base 100 = 1937 (1,714 pulgadas cuadradas).

*** Las cifras de los años 1935-1941, 1945-1946 y 1948 son estimaciones.

Fuente: *Trabajo* (1931-1948).

¹³ *Trabajo*, 9 de julio de 1938, p. 4.

¹⁴ *Trabajo*, 25 de agosto de 1935, p. 1.

¹⁵ Ching, "El Partido Comunista de Costa Rica", p. 173; *infra*, nota 24.

Las ediciones de *Trabajo* por lo general fueron de cuatro páginas, con excepción de los años 1936 y 1937, cuando predominaron las ediciones de seis páginas, y 1947 y 1948, cuando prevalecieron las de ocho páginas. Entre 1937 y 1944 los comunistas también publicaron algunas ediciones especiales, de hasta doce páginas, para conmemorar fechas significativas, como el primero de mayo, la fundación del PCCR, el día de la independencia o el aniversario de la revolución bolchevique. Tales ediciones —algunas a color— estaban asociadas con la captación de fondos mediante contribuciones extraordinarias o la venta de espacios publicitarios.¹⁶

Pese a los cambios en el número de páginas, el tamaño de página de *Trabajo* se mantuvo bastante estable durante la mayor parte del periodo, con excepción de los años 1934, 1935, 1945 y 1946, cuando aumentó significativamente, y de 1947 y 1948, cuando disminuyó. La reducción experimentada en estos dos últimos años fue compensada por el aumento en el número de páginas (de cuatro a ocho). No obstante, como el Cuadro 1 lo deja claro, el espacio total —en pulgadas cuadradas— de que dispusieron los comunistas ascendió a un máximo en 1937 que posteriormente no volvió a ser alcanzado. De hecho, a partir de ese año, y como resultado de una reducción en el número de páginas, el espacio total por edición tendió a la baja hasta que, en 1944, se inició un proceso de recuperación. La relación de estas tendencias con los costos de producción y los ingresos del periódico se considerará más adelante.

Lamentablemente, *Trabajo* no informó de manera sistemática del total de ejemplares impresos cada semana, por lo que los promedios que ofrece el Cuadro 1 son estimaciones realizadas con base en datos mensuales, anuales y algunas cifras fragmentarias. Según se observa en el Cuadro 1, el número de copias se elevó rápidamente en los tres primeros años, al pasar de unos 1,000 ejemplares al mes entre 1931 y 1932, a unos 2,500 a la semana en 1933. En 1934, el promedio aumentó a unas 3,500 copias semanales, y se estancó en esa cifra hasta 1941, cuando se inició otra fase de rápido crecimiento que se prolongó hasta 1944, alza que coincide con el acercamiento de los comunistas con el gobierno de Calderón Guardia. En 1945, el número de ejemplares empezó a descender, para ubicarse en los dos años finales de existencia del periódico en unas 5,000 copias a la semana. Tal disminución tuvo por escenario el inicio de la Guerra fría, que contribuyó a agudizar la polarización de la política costarricense.

¹⁶ Molina, Iván, “‘Fortalézcase para la revolución social’, los comunistas y la publicidad en América Latina. El caso de Costa Rica (1937-1948)”, en prensa.

Analizar la comercialización de *Trabajo* geográficamente y determinar los cambios que experimentó entre 1931 y 1948 son tareas dificultadas por la ausencia de datos sistemáticos y porque aquellos que están disponibles apenas representan la distribución de una semana dada, que podría no ser representativa. El Cuadro 2, sin embargo, permite identificar algunas tendencias básicas. El principal punto de venta del semanario era la provincia de San José (véase Mapa 1), cuya participación en la colocación del semanario osciló entre un mínimo de un 35.8 y un máximo de un 47.2 por ciento. Todo parece indicar, además, que la mayor parte de este porcentaje correspondía al casco josefino (la ciudad capital). Las otras tres provincias centrales de Costa Rica, Alajuela, Cartago y Heredia, concentraron un máximo del 38.7 por ciento en abril de 1935 y un mínimo del 25.9 por ciento en 1939.

En Cartago, un caso particular fue el de Turrialba, un área dominada por extensas haciendas dedicadas al cultivo del café, la caña de azúcar y la ganadería, en la que el PCCR tenía una fuerte presencia. Entre 1939 y 1943, ese cantón pasó a liderar el consumo del semanario en toda la provincia, aunque con una participación decreciente a nivel nacional, lo que puede explicarse por el impacto que tuvo en suelo turrialbeño la crisis económica que afectó a la provincia de Limón (como se verá más abajo).¹⁷ En contraste con el desempeño de Turrialba y exceptuado el cantón central (Cartago), en el resto de la provincia no había agencias de *Trabajo*, algo que la administración del semanario, en octubre de 1943, calificó de "...grave para la propaganda del Partido".¹⁸

En relación con las provincias costeras, *Trabajo* logró un avance importante en Guanacaste, a mediados de la década de los treinta, específicamente en el cantón de Santa Cruz (donde estaba ubicado el centro de distribución) y probablemente en otras áreas aledañas de la Península de Nicoya, en las que prevalecían pequeños y medianos productores agrícolas y ganaderos, y en las que los comunistas capturaron más de la mitad de los votos que obtuvieron en la elección presidencial de 1936.¹⁹ Tal experiencia, no obstante, parece haber sido esporádica, ya que como lo muestran los datos del decenio

¹⁷ Castillo, Elizabeth, *Turrialba: 100 años de desarrollo*, San José, Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2003, pp. 77-139; Molina, Iván, "Estadísticas electorales de Costa Rica (1897-1948). Una contribución documental", *Revista Parlamentaria*, San José, 9:2, agosto, 2001, pp. 412-421.

¹⁸ *Trabajo*, 16 de octubre de 1943, p. 2.

¹⁹ Edelman, Marc, *La lógica del latifundio. Las grandes propiedades del noroeste de Costa Rica desde fines del siglo XIX*, San José, Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1998, pp. 50-56 y 70-71; Molina, "Estadísticas electorales", p. 415.

Cuadro 2
Trabajo: distribución por lugar en porcentajes (1935-1945)

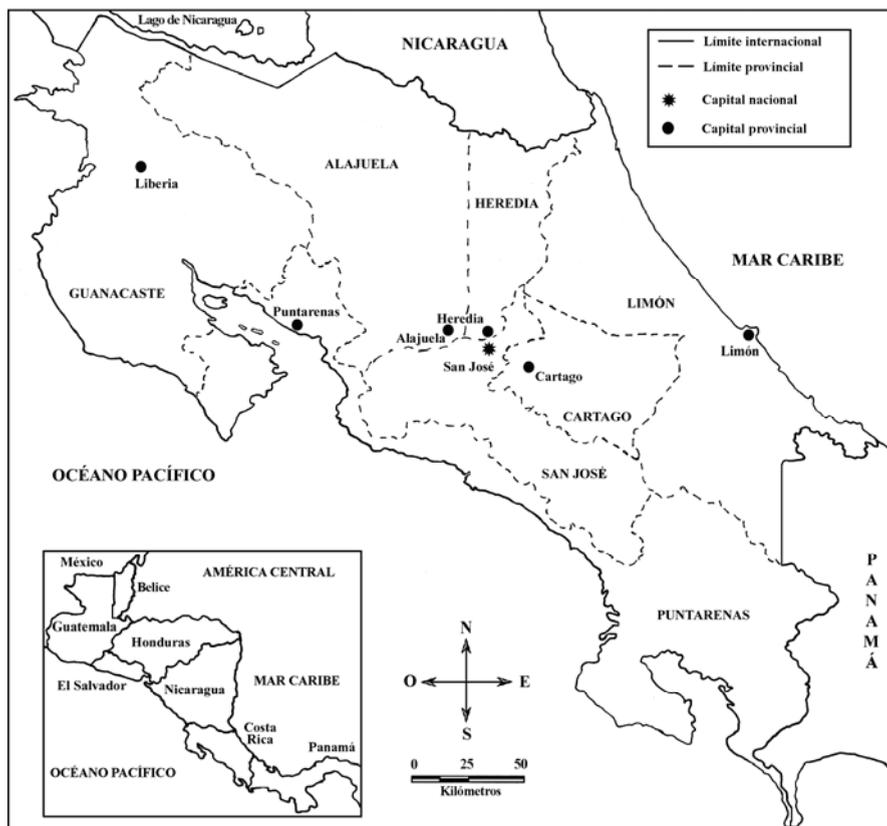
Provincia y otros	Cantón o lugar	1935 febrero	1935 abril	1939 julio	1941 julio	1942 julio	1942 octubre	1943	1944	1945	1946
San José	Coronado				35.8	47.2	43.2				
	Pérez Zeledón	7.1	12.9	5.1	8.8	9.7	10.9	1.0	1.8		8.9
Alajuela	Atenas				9.9	11.4	11.4	1.0			
Cartago	Cartago	12.9	7.9	4.3	4.8	5.0	5.5	4.7	6.4		7.3
	Turrialba	5.0	5.0	8.6	5.1	6.4	5.9	4.3			
Heredia		7.1	12.9	7.9	8.6	10.0	7.2	8.0			5.0
Guanacaste		4.0			0.5		0.8				
Puntarenas	Puntarenas	5.7	9.3		10.4	11.2	13.3				
	Miramar		0.6		7.7	7.1	8.1				
	Pacífico sur*					4.1					
	Puerto Cortés				2.7		5.2	6.3	10.4		
	Golfito								1.4		
Limón		5.7		13.5	3.7	5.5	4.5	12.3			
	Limón		8.6								
	Siquirres		4.9			1.9					
	Pococi	2.1									
Panamá											
Al pregón					42.9						
Agencias pequeñas y al pregón					22.3		8.7				
Total en porcentaje**		19.9	57.7	38.6	100.0	100.0	100.0	37.6	20.0	20.0	21.1
Total de ejemplares		(3,500)	(3,500)	(3,500)	(3,700)	(4,020)	(4,800)	(7,500)	(7,000)	(7,000)	(6,000)

* Probablemente se refiere a Puerto Cortés.

** Se refiere al porcentaje total de la distribución conocida.

Fuente: *Trabajo* (1931-1948)

de 1940, el semanario se caracterizó por tener una reducida circulación en el territorio guanacasteco.²⁰



Mapa 1. Costa Rica: división provincial.

Limón, donde los comunistas habían conducido la gran huelga bananera de 1934,²¹ se mantuvo como un significativo mercado para *Trabajo* hasta finales de la década de los treinta, cuando aún concentraba el 13.5 por ciento del total de copias del semanario. Esto cambió en los primeros años del decenio de 1940, probablemente debido a la crisis económica en que se

²⁰ Según un informe de 1944, en ese año circulaban en Guanacaste 450 ejemplares de *Trabajo*, pero tal cifra no ha podido ser corroborada en otras fuentes. Miller, *A Holy Alliance*, p. 138.

²¹ *Supra*, nota 1.

sumió la provincia limonense tras el traslado de la United Fruit Company al sur de Puntarenas.²² Los datos de finales de 1942 y de 1943 indican una lenta y vacilante recuperación, que se intensificó en 1944, aunque sin alcanzar el nivel logrado en 1939.

Con la expansión de la actividad bananera en el Pacífico sur,²³ se incrementó también la participación de la provincia de Puntarenas en el consumo de *Trabajo*, alza explicable porque una proporción significativa de obreros bananeros que habían laborado en el Caribe empezaron a desplazarse al nuevo asiento de la United Fruit Company. El aumento fue especialmente visible en el caso de Puerto Cortés que, en 1945, concentraba más de un 10 por ciento de todos los ejemplares impresos del periódico. De esta forma, a mediados del decenio de 1940 Puntarenas y Limón representaban conjuntamente una cuarta parte del mercado total del semanario. Pese a que no hay información al respecto, es probable que la importante influencia que tenía el PCCR en el Pacífico sur facilitara la distribución de *Trabajo* en Panamá, en cuya capital *Trabajo* tenía, entre 1942 y 1943, dos puntos de venta: un kiosko en el Parque Central y la Librería Pasionaria de Gilberto Toral.²⁴

A los cambios señalados en la distribución espacial de *Trabajo*, debe añadirse otro, que se puede observar en el Cuadro 3. A comienzos de la década de los cuarenta y, en particular luego de iniciado su acercamiento con el gobierno de Calderón Guardia, el PCCR procuró elevar la circulación de *Trabajo* en los cantones de las provincias centrales, incluidos aquellos dominados por pequeños y medianos productores agrícolas. Esta tendencia también se puede apreciar parcialmente en el Cuadro 2, que muestra cómo los cantones josefinos de Coronado y Pérez Zeledón, y el cantón alajuelense de Atenas, concentraban, entre 1944 y 1945, casi un cuatro por ciento del total de copias del semanario. Por tanto, la expansión en el número de ejemplares impresos, que experimentó el semanario a partir de 1942, parece estar asociada con una ruralización de su consumo, que fue claramente fomentada por la dirigencia del PCCR. En febrero de 1943, la administración de *Trabajo* informó que un grupo de amigos del partido había donado la suma de 205 colones, equivalentes a 41 suscripciones anuales, las cuales "...se regalarán a campesinos, según una lista que nos envíe la Unión Campesina".²⁵

²² Viales, Ronny, *Después del enclave 1927-1950: un estudio de la región atlántica costarricense*, San José, Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1998.

²³ Cerdas, Ana Luisa, "El surgimiento del enclave bananero en el Pacífico sur", *Revista de Historia*, San José, núm. 28, julio-diciembre, 1993, pp. 117-159.

²⁴ *Trabajo*, 17 de octubre de 1942, p. 4; 9 de enero de 1943, p. 4.

²⁵ *Trabajo*, 6 de febrero de 1943, p. 4.

Cuadro 3
Trabajo: distribución según cantón central y resto de cantones en
Alajuela y Heredia. En porcentajes (1939 y 1943)

<i>Provincia</i>	<i>1939</i>	<i>1943</i>
Alajuela ciudad	83.3	32.5
Resto de la provincia	16.7	67.5
Total	100.0	100.0
Total de ejemplares	(180)	(425)
Heredia ciudad	65.5	51.4
Resto de la provincia	34.5	42.1
Al pregón	—	6.5
Total	100.0	100.0
Total de ejemplares	(275)	(385)

Fuente: *Trabajo* (1939 y 1943).

En su primera década de existencia, la comercialización de *Trabajo* dependió más de la venta semanal, llevada a cabo por pregoneros o militantes del PCCR, que de la suscripción. Como se observa en el Cuadro 4, todavía en 1941 las suscripciones representaban apenas un 26.9 por ciento del total de copias impresas. Tal situación varió decisivamente a partir de 1942, cuando las suscripciones aumentaron significativamente en San José, Cartago y Heredia. Esta modificación en la estructura de la colocación del periódico obedeció a una política sistemática del PCCR. En efecto, en marzo de 1939, los administradores del semanario le recordaban a los militantes que "...la única labor que 'TRABAJO' les pide en estos momentos es la de conseguir suscritores... Hay en San José más de mil personas que compran con regularidad el periódico al pregón y que con un esfuerzo de todos los compañeros lo llegarían a comprar por suscripción".²⁶

El ascenso en el nuevo modelo basado en la suscripción se puede observar también en el Cuadro 2: pese al carácter fragmentario de los datos, es claro que, entre 1941 y 1943 la proporción de periódicos vendida al pregón disminuyó de manera significativa. Igualmente, el nuevo modelo se manifestó en las estrategias empleadas por los administradores de *Trabajo* para promocionar su comercialización. Según se aprecia en el Cuadro 5, en su primer año, los administradores instaron sólo a la lectura del periódico; fue a partir del segundo año que empezaron a insistir en que

²⁶ *Trabajo*, 25 de marzo de 1939, p. 4.

debía ser comprado, un énfasis que se acentuó a partir de 1936. En contraste, la suscripción fue prácticamente dejada de lado entre 1931 y 1937, y un esfuerzo decidido para aumentarla apenas se inició en 1939. El examen de las campañas confirma tales tendencias, ya que si bien desde 1935 el periódico instó de manera sistemática a ampliar su circulación, fue únicamente al finalizar la década de los treinta que se intensificó la búsqueda de nuevos suscriptores.

Cuadro 4
Trabajo: distribución de suscriptores por lugar en porcentajes (1939-1943)*

<i>Lugar</i>	<i>1939</i>	<i>1941</i>	<i>1942</i>	<i>1943</i>
San José	—	17.1	25.7	—
Alajuela	—	1.1	—	—
Cartago	—	1.1	2.5	2.6
Heredía	1.3	1.1	3.9	—
Santo Domingo	0.1	—	—	—
Guanacaste	—	—	—	—
Puntarenas	—	2.8	—	—
Limón	4.3	2.2	—	—
Turrialba	4.3	1.5	—	—
Total en porcentaje**	10.0	26.9	32.1	2.6
Total suscriptores	(352)	(945)	(1,283)	(133)
Total ejemplares	(3,500)	(3,500)	(3,500)	(5,150)

* Los porcentajes fueron calculados con base en el total de ejemplares.

** Se refiere al porcentaje total de suscriptores cuya distribución se conoce.

Fuente: *Trabajo* (1939-1943).

La clave del nuevo modelo de distribución fueron las agencias, término que tenía tres significados diferentes: por un lado, se refería mayoritariamente a células y secciones (las instancias principales en que se dividía el PCCR) en su función de comercializadoras de *Trabajo*. Por otro lado, designaba a las personas pertenecientes a esas instancias que eran las responsables de distribuir y cobrar el periódico y remitir el dinero a la administración central. Y por último también podía referirse a algunos locales comerciales particulares, como barberías y pulperías, cuyos dueños, aunque no eran necesariamente militantes del PCCR, accedían a que sus establecimientos operasen como lugares de venta o de distribución del semanario.

Cuadro 5
Estrategias de venta de *Trabajo* y campañas para ampliar su circulación (1931-1948)*

<i>Estrategias</i>	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	Total
<i>Busque Trabajo</i>	—	—	—	—	—	—	—	1	—	1	—	1	—	—	—	—	—	—	3
<i>Compre Trabajo</i>	—	2	6	—	3	19	35	7	—	4	1	—	3	1	—	—	—	—	81
<i>Lea Trabajo</i>	5	—	3	—	2	7	19	7	6	1	1	3	1	2	1	2	—	—	60
<i>Suscribase a Trabajo</i>	—	—	—	1	—	—	—	3	13	25	11	3	1	1	5	4	3	—	69
<i>Promoción de Trabajo**</i>	—	—	2	1	1	—	—	3	—	6	4	6	3	19	5	4	6	—	60
Campañas																			
Aumentar circulación	—	—	4	—	16	3	7	14	8	5	5	13	13	2	3	2	2	—	97
Aumentar suscriptores	—	—	—	1	1	—	1	—	8	34	2	17	4	6	8	4	—	—	86
Total textos de estrategias y campañas	5	2	15	3	23	29	62	35	35	76	24	43	24	31	22	16	11	—	456
Total textos sobre <i>Trabajo</i>	10	7	30	40	59	55	112	53	58	104	57	99	112	107	100	45	45	31	1,096

* Las cifras corresponden a anuncios y artículos publicados en *Trabajo*.

** Se trata de textos que elogiaban o celebraban al periódico.

Fuente: *Trabajo* (1931-1948).

Si bien las agencias empezaron a ser mencionadas en 1933, su expansión se concentró en la década de los cuarenta, alza relacionada con un importante cambio realizado por los administradores de *Trabajo*. En febrero de 1939, acordaron reconocer a los agentes del semanario, ubicados fuera de San José, un porcentaje con el fin de que "...puedan reponer de ese porcentaje las pérdidas que causan los clientes morosos... [y] conseguir subagentes en los pueblos vecinos, ofreciéndoles un porcentaje y pagando de las utilidades que el periódico pueda dejarles los gastos que les ocasione conseguir nuevos agentes..."²⁷ Este cambio fue acompañado por un intento por redistribuir tareas entre las instancias partidarias y el personal ahora pagado por el periódico. Según los administradores

el trabajo que antes pesaba sobre las células ha pasado a manos de nuestros empleados. Pero significa esto que han cesado las obligaciones de los militantes respecto a su periódico? No!... no sólo no han disminuido, sino que han aumentado. Al crear nosotros una organización remunerada con el propósito de que tuviera mayor eficiencia la repartición del periódico, lo hemos hecho con el propósito de crear una base firme para la vida de 'Trabajo'... Ahora se trata de que todos los camaradas pongan todo su empuje y su tesón de revolucionarios, a conseguir suscripciones... Que todas las energías que dedicaban antes a distribuir el periódico, las dediquen ahora a conseguir nuevos suscriptores.²⁸

Fue en este contexto que, en octubre de 1939, el PCCR organizó una campaña para nacionalizar la circulación de *Trabajo*: "nuestra decisión es que no quede caserío ni villorio en toda la República en que no sea leído nuestro semanario".²⁹ Para llevar a cabo esta tarea se proponía que "...alguna comisión del periódico vaya [a esos lugares] a ofrecérselos y a organizar el envío y la distribución".³⁰ El resultado de este proyecto fue poco exitoso, ya que, en julio de 1942 la estructura de distribución anteriormente analizada no había cambiado mucho: las cifras dadas a conocer por los administradores de *Trabajo* sugieren que se había incrementado el consumo en el mundo urbano y había disminuido en las áreas rurales.³¹

Ante esta situación, y dada la nueva forma de comercialización basada en la suscripción, la estrategia seguida por los encargados del periódico fue, a partir de septiembre de 1942, tratar de expandir los sitios de distribución,

²⁷ *Trabajo*, 4 de febrero de 1939, p. 6.

²⁸ *Trabajo*, 4 de febrero de 1939, p. 6.

²⁹ *Trabajo*, 21 de octubre de 1939, p. 4.

³⁰ *Trabajo*, 28 de octubre de 1939, p. 1.

³¹ *Trabajo*, 11 de julio de 1942, p. 2.

mediante la creación de nuevas agencias, especialmente en las áreas rurales. En 1943, los administradores señalaban: “compañeros de provincias: es urgente que ustedes movilicen comisiones que distribuyan el periódico en los pueblos vecinos hasta conseguir agencias en todos los distritos y cantones de cada provincia”.³² Pese a su carácter fragmentario, la información disponible sugiere que esta nueva campaña tuvo más éxito que la efectuada en 1939 y que el consumo rural de *Trabajo* se incrementó.

La estrategia básica de los administradores del periódico para expandir su colocación, tanto mientras predominó el modelo de la venta al pregón como una vez que se generalizaron las suscripciones, consistió en realizar concursos sistemáticos entre militantes, células, secciones, pregoneros y agencias para determinar quiénes vendían más ejemplares o conseguían más suscriptores. De esta manera, una práctica típicamente capitalista, como la competencia, fue clave para ampliar el mercado de consumo de *Trabajo*. Los premios ofrecidos iban desde ropa, dinero, libros y joyas hasta reconocimientos a las células y agentes más eficientes, cuya foto solía ser publicada en el periódico con una breve nota de felicitación.³³

Esencial para la realización de estos concursos fue el carácter democrático de la sociedad costarricense, ya que en las páginas de *Trabajo* se daban a conocer los nombres y la ubicación de las instancias y militantes del partido que encabezaban la competencia (en un régimen autoritario esto no había sido posible sin exponerse a serias represalias). Al proceder de esta manera, el semanario configuró en la esfera pública un espacio en el que los militantes podían reconocerse como una comunidad específica, en el que la experiencia comunista —en particular el esfuerzo puesto al servicio del periódico— era sistemáticamente valorada.

Para considerar en su debida dimensión estas prácticas, se debe tener presente que el número de militantes comunistas era reducido: entre 500 y 600 en el periodo 1934-1942, y entre 2,000 y 30,00 personas hacia 1944-1945.³⁴ Sobre esta reducida comunidad era que la dirigencia ejercía la mayor presión tanto para recaudar fondos como para llevar adelante las diversas actividades del partido, incluidas las relacionadas con la distribución del semanario y la búsqueda de nuevos suscriptores. El reconocimiento público, en tales circunstancias, se convirtió en un expediente indispensable para estimular a los militantes a colaborar no sólo con dinero, sino también con trabajo.

³² *Trabajo*, 13 de febrero de 1943, p. 4.

³³ *Trabajo*, 28 de marzo de 1942, p. 2; 6 de marzo de 1943, p. 4.

³⁴ Miller, *A Holy Alliance?*, pp. 137-138.

Costos de producción y financiamiento

En el Cuadro 6, se sintetizan los principales datos financieros relacionados con *Trabajo*. Al establecer el periódico en 1931, los comunistas fijaron un precio de venta por ejemplar (diez céntimos) que prácticamente duplicaba el costo de producción (poco más de cinco céntimos). Así, en vez de subsidiar al periódico y venderlo al costo, optaron por un modelo que les permitió, hasta 1943, asumir el aumento en los costos sin incrementar el precio de venta al pregón. El empeño en que el periódico fuera autofinanciable respondía a la necesidad de cubrir la proporción de la edición que se utilizaba para canje y propaganda (entre 6 y 7 por ciento),³⁵ para recompensar a pregoneros y a agentes, y para financiar, con las eventuales ganancias generadas por el semanario, otros proyectos editoriales.³⁶

Con el propósito de lograr un financiamiento adecuado, los comunistas, una vez que *Trabajo* empezó a circular semanalmente, fijaron la suscripción mensual en cincuenta céntimos, lo cual les dejaba una ganancia extra de diez céntimos, ya que por lo general publicaban sólo cuatro ediciones a la semana, y no cinco. La expectativa de conseguir un subsidio de esta manera, sin embargo, no se cumplió, ya que aunque hubo militantes que estuvieron dispuestos a pagar la suscripción mensual, la mayoría de quienes adquirirían el semanario —presumiblemente trabajadores— preferían comprarlo al pregón y ahorrarse esos diez céntimos al mes.

Tal estructura de tarifas tuvo, por tanto, el efecto de impulsar la venta al pregón más que la suscripción. A los pregoneros se les vendían 16 ejemplares por un colón.³⁷ De esta manera, la administración del periódico recuperaba el costo (aproximadamente noventa céntimos) y obtenía una utilidad de diez céntimos. En el caso de los agentes, el porcentaje que se les empezó a reconocer, a partir de febrero de 1939, fue de un treinta por ciento del precio de venta.³⁸ Por tanto, por cada suscripción mensual (cincuenta céntimos), las agencias se dejaban quince céntimos y enviaban el resto (treinta y cinco céntimos) a la administración. Una vez deducido el costo de los cuatro ejemplares que suponía la suscripción mensual (veinticinco céntimos), quedaba una utilidad de diez céntimos.

³⁵ *Trabajo*, 25 de julio de 1942, p. 2.

³⁶ *Trabajo*, 4 de febrero de 1939, p. 6; 1 de junio de 1940, p. 2; Molina, “Fortalézcase para la revolución social”.

³⁷ *Trabajo*, 1 de junio de 1940, p. 2

³⁸ *Trabajo*, 12 de agosto de 1939, p. 2.

Cuadro 6
Trabajo: costos y financiamiento en promedios anuales de colones y céntimos (1931-1948)*

Años	Precio al Pregón	Suscripción mensual	Suscripción anual	Costo por ejemplar	Costo semanal	Costo anual	Contribución extraordinaria	Ingresos por publicidad	Deuda	Deuda de agencias
1931	0.10	—	—	0.056	56.0	448.0	—	—	—	—
1932	0.10	—	—	0.056	78.4	862.4	—	—	—	—
1933	0.10	0.50	—	0.056	138.3	7,053.3	—	—	—	—
1934	0.10	0.50	—	0.064	224.0	11,424.0	139.1	—	—	—
1935	0.10	0.50	—	0.071	248.5	12,425.0	249.0	—	—	—
1936	0.10	0.50	—	0.076	266.0	13,300.0	811.1	—	—	87.3
1937	0.10	0.50	—	0.079	276.5	14,101.5	425.5	1,871.3	—	—
1938	0.10	0.50	—	0.062	217.0	10,633.0	86.5	1,390.9	—	—
1939	0.10	0.50	—	0.063	220.5	11,245.5	99.0	2,142.6	—	—
1940	0.10	0.50	5.00	0.063	220.5	11,025.0	65.9	909.5	—	—
1941	0.10	0.50	5.00	0.063	220.5	10,804.5	437.7	661.6	1,000.0	—
1942	0.10	0.50	5.00	0.090	360.0	17,640.0	246.0	307.7	1,309.0	—
1943	0.10	0.50	—	0.10	515.0	26,265.0	1,022.3	14.7	1,063.0	—
1944	0.11	0.61	—	0.10	750.0	39,000.0	679.0	5,005.5	4,498.2	3,624.2
1945	0.15	0.75	—	0.10	700.0	35,000.0	1,530.2	3,528.3	—	2,408.8
1946	0.15	0.75	—	0.10	600.0	31,200.0	1,823.0	1,814.1	7,000.0	—
1947	0.16	0.80	—	0.12	575.0	26,450.0	461.8	1,897.3	—	2,001.5
1948	0.20	1.00	—	0.12	575.0	3,450.0	—	22.5	—	—

* Los costos para los años 1934-1939, 1941-1942, 1945-1946 y 1948 son estimaciones. Los datos de contribuciones y deuda de agencias son fragmentarios.
Fuente: Trabajo (1931-1948).

A pesar de que el porcentaje de ganancia obtenido era similar al logrado mediante la venta al pregón, el modelo basado en la suscripción era mejor para los administradores de *Trabajo* por tres razones principales. Primero, podían planificar mejor el número de ejemplares que imprimían semanalmente; segundo, disponían de una base financiera más estable que los ingresos deparados semanalmente por la venta al pregón; y tercero, contaban con una estructura propia de distribución, cuyo financiamiento estaba incluido en la comercialización del periódico. Además, puesto que a más ejemplares vendidos mayores ganancias, se establecía un incentivo permanente para que las agencias expandieran la colocación del semanario.

Para comprender por qué el modelo basado en la suscripción no tuvo el éxito esperado, es necesario considerar los costos de producción y el problema de la morosidad. En relación con lo primero, el Cuadro 6 evidencia que, entre 1935 y 1937, los costos aumentaron significativamente, debido primero al incremento en el tamaño del periódico, y luego a la incorporación de más páginas (de 4 a 6). Esta alza, sin embargo, fue controlada por la administración al reducir el número de páginas (de 6 a 4). En 1942, sin embargo, hubo un nuevo aumento, debido al alza en el precio del papel,³⁹ que obligó a la administración a modificar los precios de venta al pregón y las suscripciones. En tales ajustes prevaleció la tendencia ya descrita de que las suscripciones aportaban una ganancia extra para el semanario.

Fue en el contexto de este aumento en los costos de producción que los comunistas emprendieron campañas sistemáticas para ampliar el total de ejemplares que circulaban semanalmente con base en incrementar la suscripción (véase Cuadro 5). En el curso de este proceso, se generó una dinámica en la cual un número considerable de los nuevos suscriptores atrataba el pago del periódico o dejaba de pagarlo del todo. La respuesta de los administradores fue hacer llamados sistemáticos para que se pusieran al día, y presionar a las agencias para que cobraran los recibos pendientes y no atrasaran el envío de los fondos. Tal presión llegó al extremo de publicar en lista negra o al revés los nombres de las agencias morosas, práctica que, sin duda, tensó la relación entre esas agencias y la administración.

La morosidad, como se observa en el Cuadro 7, fue un problema serio, al extremo de que concentró el 17.2 por ciento del total de textos que *Trabajo* publicó sobre sí mismo. Ahora bien, aunque el fenómeno estuvo presente desde los años iniciales, se agravó en la década de los cuarenta, a medida que el nuevo modelo basado en la suscripción tendía a predominar. Tal problema se agudizó por cuatro factores: primero, durante los concursos

³⁹ *Trabajo*, 21 de febrero de 1942, p. 4.

organizados para conseguir más suscriptores, agentes, militantes y células, con tal de mejorar su posición en esas competencias, parecen haber inscrito a todos los suscriptores posibles, sin considerar debidamente su capacidad de pago.

En segundo lugar, la expansión de agencias y subagencias, especialmente en áreas rurales, tampoco parece haberse guiado por criterios de factibilidad y rentabilidad, según lo reconocieron los administradores del semanario en febrero de 1947: “como para el Partido lo principal es la propaganda, a menudo arriesgamos cantidades de periódicos con el fin de hacer en pueblos y barrios donde no se conoce la lucha del Partido. En esa propaganda se gastan muchos colones cada semana”.⁴⁰ Un tercer factor que contribuyó a las dificultades financieras de *Trabajo* fue que, al expandir su cobertura y establecer esa red de agencias, se incrementó el gasto administrativo, el cual representaba, en 1947 un 13 por ciento del costo de la edición semanal.⁴¹ Finalmente, se debe destacar el aumento en el costo de la vida y la baja en los salarios reales que hubo a partir de 1945,⁴² procesos que coincidieron con el aumento del precio al pregón y de la suscripción mensual de *Trabajo*.

Ciertamente, desde su fundación *Trabajo* empezó a solicitar contribuciones que ayudaran a su financiamiento (véase Cuadro 7), pero esta práctica se intensificó en el año 1943, a medida que se incrementaban la deuda general del periódico y la deuda de las agencias con la administración del semanario. Tales recolectas evidenciaron tanto la puesta en práctica de estrategias —rifas y venta de comidas, entre otras— similares a las empleadas por las comunidades para conseguir fondos con que financiar obras de interés común, como la profunda identificación de militantes y simpatizantes con el periódico. En julio de 1945, el semanario informaba que

la compañera Angélica viuda de Benavides de la célula Zoia, envía a *Trabajo* diez colones. Su esfuerzo es extraordinario ya que se trata de una de las camaradas más pobres del Partido. Ella nos dice con gran sencillez: “se puede dejar de ir al teatro un mes para ayudar al periódico del pueblo”. Muy bien camarada!⁴³

⁴⁰ *Trabajo*, 15 de febrero de 1947, p. 4.

⁴¹ *Trabajo*, 15 de febrero de 1947, p. 4.

⁴² Cerdas, José Manuel, “Penurias y recuperación: niveles de vida de los trabajadores capitalinos costarricenses entre 1929 y 1960”, *Anuario de Estudios Centroamericanos*, San José, 21:2, 1995, pp. 114, 117 y 136. Los datos sobre costo de la vida se refieren a San José y los de salarios reales están basados en los salarios mínimos.

⁴³ *Trabajo*, 7 de julio de 1945, p. 2.

Cuadro 7
Campañas de *Trabajo* para solicitar contribuciones y para combatir la morosidad (1931-1948)*

<i>Campañas</i>	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	<i>Total</i>
Contribuciones	5	5	8	29	22	14	26	3	10	10	24	9	25	17	22	9	4	—	242
Morosidad	—	—	3	3	2	7	10	6	5	14	2	26	27	33	22	13	14	1	188
Total textos de campañas	5	5	11	32	24	21	36	9	15	24	26	35	52	50	44	22	18	1	430
Total textos sobre <i>Trabajo</i>	10	7	30	40	59	55	112	53	58	104	57	99	112	107	100	45	45	31	1096

* Las cifras corresponden a anuncios y artículos publicados en *Trabajo*.

Fuente: *Trabajo* (1931-1948)

Si bien desde 1937 *Trabajo* empezó a captar ingresos por publicidad, tales recursos resultaron insuficientes para poder prescindir de las contribuciones, lo que llevó a que algunas personas plantearan dudas acerca del buen manejo que se le daba a esos dineros.⁴⁴ Aunque no existe evidencia de que esos fondos se utilizaran para beneficio personal, sí es claro que, en algunas ocasiones, sumas recolectadas para el periódico fueron empleadas con otros fines, como publicar folletos,⁴⁵ y que los procesos electorales podían afectar al semanario. En febrero de 1938, los administradores del periódico indicaban: “con motivo de los esfuerzos llevados a cabo en esta campaña electoral [para elegir diputados y municipales], la situación económica de nuestro semanario ha quedado muy mal”.⁴⁶

Las dudas indicadas fueron estimuladas porque algunos proyectos para los cuales los comunistas recolectaron fondos no se llevaron a cabo. Así, entre 1934 y 1935, se organizó una campaña en pro de comprar una “impresión proletaria”, de manera que *Trabajo* pudiera contar con su propio taller. En enero de 1936, sin embargo, se informó que el dinero recolectado —más de quinientos colones— no alcanzaba para comprar la imprenta y que se utilizaría para saldar cuentas del periódico.⁴⁷ Situaciones similares se presentaron con las recaudaciones emprendidas, en distintos momentos, para convertir a *Trabajo* en un bisemanario, algo que nunca se logró (con este mismo objetivo fue que también se empezó a aceptar publicidad en 1937).⁴⁸

Entre 1931 y 1948, los comunistas experimentaron dos fases de aumento en el costo de producción por ejemplar. La primera se dio a partir de 1934 y tuvo por base el aumento en el tamaño del periódico y en el número de páginas; a este incremento, los administradores del semanario respondieron, a partir de 1938, con una disminución en esos rubros, lo que permitió estabilizar el costo hasta 1941. La segunda etapa se dio a partir de 1942 y estuvo acompañada por la expansión en el número de ejemplares por edición. Este nuevo desafío fue enfrentado con un incremento en la venta de espacios publicitarios y con la solicitud de mayores contribuciones; no obstante, la estrategia fundamental para bajar los costos fue disminuir el número de copias. De esta manera, en 1947, *Trabajo* volvió al número de ejemplares que tenía en 1943 (véase Cuadro 1).

⁴⁴ *Trabajo*, 5 de junio de 1943, p. 3; 15 de febrero de 1947, p. 4.

⁴⁵ Molina, “Fortalézcase para la revolución social”.

⁴⁶ *Trabajo*, 20 de febrero de 1938, p. 4.

⁴⁷ *Trabajo*, 5 de enero de 1936, p. 4.

⁴⁸ Molina, “Fortalézcase para la revolución social”.

Esa caída en el número de ejemplares impresos pudo haber estado relacionada con la polarización de la política costarricense, que habría alejado a personas que anteriormente simpatizaban con los comunistas y su periódico. Igualmente, esa baja podría estar vinculada con el hecho de que, a finales de la década de los cuarenta, el partido estaba interesado en basar su propaganda en un nuevo medio de comunicación: la radio. Así, en 1947, se organizó una campaña que recolectó 18,000 colones para que los comunistas pudieran disponer de su propia estación.⁴⁹ Inaugurada el 25 diciembre de ese año, la nueva radioemisora fue llamada “Ecos del 56”,⁵⁰ en alusión a la guerra de 1856-1857, en la que las tropas costarricenses, junto con las de los otros países de Centroamérica, derrotaron a las fuerzas dirigidas por el mercenario estadounidense, William Walker, que dominaban el sur de Nicaragua.⁵¹

Conclusión

La administración de *Trabajo*, entre 1931 y 1948, se convirtió en un campo de experimentación constante para los comunistas. Su modelo de comercialización inicial, basado en la venta al pregon, dio paso, hacia finales del decenio de 1930, a una nueva estrategia de distribución basada en la suscripción. Esta última, que supuso que *Trabajo* contara con una estructura propia de agencias y subagencias, permitió que el periódico, a mediados de la década de los cuarenta, lograra expandir el número de ejemplares impresos y penetrara un poco más en las áreas rurales. Sin embargo, este nuevo modelo estuvo acompañado por una creciente morosidad que, aparte de tensar las relaciones entre los administradores del semanario y sus agentes y suscriptores, obligó a reducir significativamente el número de copias a partir de 1946.

En buena medida, las dificultades enfrentadas por *Trabajo* se explican porque el número de militantes del PCCR siempre fue bastante reducido, y era sobre los militantes que descansaba la estructura de distribución, financiamiento y consumo del semanario. De esta manera, un número significativo de copias debía ser colocado entre personas que no eran miembros del partido y que, en cualquier momento, podían retirar la suscripción o dejar de comprar el periódico. En 1944, cuando *Trabajo* alcanzó el promedio de

⁴⁹ *Trabajo*, 20 de septiembre de 1947, p. 1.

⁵⁰ *Trabajo*, 10 de enero de 1948, p. 8.

⁵¹ Obregón Loria, Rafael, *Costa Rica y la guerra contra los filibusteros*, Alajuela, Museo Histórico Cultural Juan Santamaría, 1991.

ejemplares (7,500) más alto del periodo bajo estudio, los militantes (unas 3,000 personas) apenas absorbían el 40 por ciento de las copias.⁵² En tales circunstancias, no sorprende que los administradores, en ocasiones, propusieran a los militantes comprar dos ejemplares del semanario para regalar uno.⁵³

La capitalización de *Trabajo* se convirtió, por tanto, en una tarea permanente, de la que no se pudo prescindir ni siquiera con la apertura del semanario a la publicidad a partir de 1937. Las recolectas a favor del semanario debieron competir, a su vez, con otras campañas de recaudación de fondos que tenía en marcha el partido, en especial para financiar sus actividades electorales. Así, pese a su importancia, la búsqueda de recursos para el periódico fue afectada por la constante demanda de dinero, para otros propósitos, que el PCCR mantuvo sobre sus militantes, en particular, y sobre diversos sectores de trabajadores, intelectuales y pequeños y medianos empresarios, en general.

En un contexto de costos de producción ascendentes, que se combinaron con un aumento en el costo de la vida y una tendencia a la baja de los salarios reales, las posibilidades de expansión de *Trabajo* fueron limitadas. Ciertamente, sus administradores pudieron, a mediados de la década de los cuarenta, elevar el número de copias impresas e incrementar la circulación en las áreas rurales; pero el espacio total del periódico —en pulgadas cuadradas— no volvió a alcanzar los máximos conseguidos entre 1935 y 1937. De manera similar, el total de ejemplares, tras superar un largo estancamiento entre 1934 y 1941, ascendió entre 1942 y 1944 para reducirse después.

Como empresarios, los comunistas procuraron, en buena medida, ajustarse a los criterios de mercado en cuanto a la gestión de *Trabajo*; pero, dado el papel jugado por este como órgano de propaganda, estuvieron dispuestos a producir con pérdidas constantes. Esto fue posible porque, a diferencia de otros medios, el semanario podía apelar, cada cierto tiempo, a las contribuciones de militantes y simpatizantes para equilibrar sus finanzas. En este sentido, administrar *Trabajo* supuso no sólo esforzarse por asegurarle un espacio en el mercado de productos impresos de las décadas de los treinta y los cuarenta, sino en la identidad colectiva de los miembros del PCCR. En junio de 1945, poco antes de que el semanario celebrara su décimo cuarto aniversario, los comunistas expresaban: “nuestro periódico es

⁵² Miller, *A Holy Alliance*, p. 138.

⁵³ *Trabajo*, 29 de agosto de 1942, p. 4.

como el corazón de nuestro organismo... Cuidemos de la vida de nuestro periódico, haciéndola cada día mejor”.⁵⁴

Aunque haber publicado un periódico comunista semanalmente entre 1933 y 1948 fue un logro extraordinario, las expectativas de los jóvenes que fundaron el PCCR en 1931 siempre fueron más elevadas. En julio de 1933, al celebrar el segundo aniversario de *Trabajo*, manifestaron la esperanza de que “muy pronto lo publicaremos diariamente. Dentro de algunos años será el órgano oficial de la República Soviética de Obreros y Campesinos de Costa Rica”.⁵⁵ Tales sueños no se cumplieron, pero en el intento por llevarlos a la práctica, los comunistas contribuyeron decisivamente a que la democracia costarricense, que posibilitaba la existencia del periódico y del partido, se orientara decisivamente en un sentido socialmente reformista.⁵⁶

⁵⁴ *Trabajo*, 2 de junio de 1945, p. 4.

⁵⁵ *Trabajo*, 16 de julio de 1933, p. 1.

⁵⁶ Molina, *Anticomunismo reformista*, pp. 97-190.