

DEL PASADO Y DEL PRESENTE

Año 1, número 10, 17 de febrero, 2020

LOS PREGONEROS Y EL RÍO QUE NUNCA SE DEVUELVE

IVÁN MOLINA JIMÉNEZ

En enero de 1933, Ben Zweig, un funcionario de la legación de Estados Unidos en San José, indicaba en un informe que el semanario *Trabajo*, órgano oficial del Partido Comunista de Costa Rica (PCCR), “ha sido publicado y distribuido en las calles de la capital más regularmente que antes”. Según Zweig, la distribuidora del periódico era la escritora y maestra Carmen Lyra, “quien suministra a los muchachos con copias para la venta en las calles de la capital”.

Aunque señaló que no parecía que las autoridades hubieran molestado a los pregoneros, Zweig destacó que esos niños o jóvenes se comportaban como si lo que vendían fuera un producto clandestino, ya que se aproximaban a los “eventuales compradores con considerable circunspección y en voz baja”.

Por entonces, los comunistas ya tenían alguna experiencia en la comercialización callejera de periódicos de izquierda, ya que en 1929 Eduardo Mora Valverde (1922-2013) colaboró en la venta al pregón de *La Revolución*, semanario dirigido por su hermano Manuel Mora Valverde (1909-1994), uno de los fundadores, en 1931, del PCCR.

Orígenes

De acuerdo con el extraordinario estudio de Vincent Digirolamo, la venta al pregón —de hojas sueltas, no de periódicos— inició en algunas ciudades europeas en el siglo XVI y, a partir de entonces, creció en correspondencia con la expansión de la imprenta.

Para la década de 1930, en Estados Unidos, se estimó que los niños y jóvenes que participaban en la distribución de los periódicos y en su venta al pregón totalizaban alrededor de medio millón de personas (una estimación moderada, según Digirolamo).

No es claro todavía cuándo empezó la venta al pregón en Costa Rica ni cuándo fue que niños y jóvenes comenzaron a incorporarse a esa actividad; pero es probable que ambos procesos iniciaran a finales del siglo XIX. En las primeras décadas del XX, los pregoneros eran ya figuras comunes en el mundo urbano costarricense, como lo constató la historiadora Paula Viquez Jiménez.

Ilustrados

El diario *La Nueva Prensa* publicó, en diciembre de 1924, un pequeño reportaje sobre sus pregoneros, que permite aproximarse (aunque desde una perspectiva bastante idílica), al mundo de esos niños y jóvenes. Lo primero que resaltó el periódico fue que tales colaboradores pertenecían a la “clase de los ilustrados”, puesto que si se les preguntaba si estarían dispuestos a limpiar zapatos, responderían, con indignación, que no eran limpiabotas.

Aunque el diario no lo planteó tan claramente, su enfoque del asunto tácitamente estableció una relación entre los pregoneros y los tipógrafos como miembros de la aristocracia obrera (por lo general, estos últimos eran los trabajadores mejor pagados de la época). En ambos casos, su posición de privilegio estaría asociada con su nivel educativo y su vinculación con la cultura impresa.

Según *La Nueva Prensa*, los pregoneros “saben las últimas noticias políticas y, como abejorros inquietos, no cesan de zumbear en torno de las personas serias; quizá haya quien piense mal de esto, pero la verdad es que ellos quieren instruirse”.

Pese a que, según dicho diario, se les tenía prohibido ingresar en las redacciones de los periódicos, a s o m a b a n “tímidamente la cabeza, y no satisfechos, hallan algún pretexto para hablarnos, piden cuartillas para dibujar, curiosean por los escritorios, trave-sean en las máquinas de escribir”.

Grito

P a r a *La Nueva Prensa*, los pregoneros “son de una a s o m b r o -sa utilidad para los periódicos. Conocen la psicología del público y encuentran la manera de llamar la atención de los transeúntes con su grito”.

Debido a su condición de “ilustrados”, los pregoneros “descubren en el periódico la noticia sensacional y saben el medio para avivar la curiosidad del transeúnte; sin embargo, ninguno ha estado en una escuela de comercio a la americana”.

Ciertamente, cabría preguntarse si la escogencia de las noticias que pregona-ban dependía únicamente de esos niños y jóvenes, o si los administradores o dueños de los periódicos, al entregarles los ejemplares, daban algunas directrices al respecto.

En razón de la importancia de su trabajo, los medios solían obsequiar a los pregoneros con algún regalo en Navidad, a veces con una fiesta, o en ocasiones

ampliándoles el margen de ganancia que obtenían con la venta de los periódicos, como lo hizo *La Nueva Prensa* con su edición del 24 de diciembre de 1924.

Tales prácticas, todavía presentes en la década de 1930, fueron muy criticadas por los comunistas, que denunciaban las difíciles condiciones en que vivían esos niños y jóvenes. Dicha denuncia no evitó, por supuesto, que los comunistas también los festejaran en Navidad.

Competencia

Algunos periódicos también promovieron la competencia entre los pregoneros, para incentivarlos a que se esforzaran por vender más ejemplares. Uno de los medios que recurrió a tal estrategia fue precisamente *Trabajo*, el semanario comunista.

Ya en junio de 1933, *Trabajo* ofrecía a los pregoneros que estuvieran al día en sus pagos entradas gratis a todas las veladas y paseos que organizara el PCCR; y tres años después, ofrecía dos bolas de fútbol a quienes hubieran vendido más periódicos. Competencias similares fueron organizadas

en los años siguientes, y entre los premios para los ganadores figuraban “sweaters” y overoles.

Si bien en septiembre de 1941 el PCCR se propuso formar un cuerpo de pregoneros compuesto exclusivamente por hijos de militantes comunistas (con el presumible propósito de que vendieran el periódico por convicción, más que por lo que se pudieran ganar), tal proyecto no parece haber tenido éxito. En efecto, en enero de 1943, *Trabajo* ofreció un premio de cinco colones (equivalente al salario diario de un trabajador calificado) al pregonero que vendiera más periódicos.

Desaparición

Pese a que la venta al pregón se consideraba una condición transitoria, que

se dejaba atrás a medida que la persona mejoraba su inserción en el mundo del trabajo, para algunos niños y jóvenes — como lo señaló Digirolamo— se convirtió en una actividad permanente.

De los pregoneros costarricenses, el que tuvo la experiencia de ascenso social más extraordinaria fue Otilio Ulate Blanco (1891-1973): antes de ser presidente de la República (1949-1953), dueño del *Diario de Costa Rica* y periodista, fue pregonero de ese medio de comunicación en las calles de Alajuela, según relata Liliana Rojas Chavarría. Vender ese periódico constituyó un ascenso para él, dado que antes había laborado como limpiabotas.

Aunque no existe todavía un estudio específico al respecto, pareciera que una de las primeras incorporaciones del pregonero a la literatura costarricense fue la novela autobiográfica de Carlos Luis Fallas, *Marcos Ramírez*, publicada en 1952.

Según Fallas, alguna vez intentó laborar como pregonero, por lo que corrió por la ciudad de San José “desgañitándose hasta enronquecer”, pero debido a un fuerte aguacero, se le echaron a perder muchos ejemplares y, en vez de ganancias, enfureció al encargado de la distribución del periódico.

También esos vendedores de periódicos capturaron la imaginación de los artistas costarricenses y dejaron su huella en pinturas excepcionales, como los óleos “Pregonero” (1928) de Rigoberto Moya López y “Pregoneros” (1935) de Marco Aurelio Aguilar Mata, y la acuarela “Pregonero” (1980) de Ana Griselda Hine Cleves.

En la década de 1970, todavía había niños dedicados a la venta al pregón en el país, pero a corto plazo, esa ocupación empezó a desaparecer, sustituida por los puestos fijos de comercialización de periódicos. Un día, sus gritos con las últimas noticias, en vez de ser arrastrados por el viento, lo fueron por ese río que nunca se devuelve: el tiempo.



Trabajo, 8 de octubre de 1938, p. 2.