

# Sin plata no hay cátedra histórico-carnavalera que valga

Juan Gómez Vizcaíno<sup>1</sup>

A penas comenzaba el mes de febrero de 2019 y ya se escuchaba el sonido de las tambores carnavaleras. Era una tarde cualquiera, y a pesar de que el sol ya se escondía detrás de El Morro, aún el sofoco del calor samaritano obligaba a buscar espacios donde recibir un poco del que desde el mar Caribe se cuele entre los cerros del norte de Santa Marta. Precisamente en esas estaba yo en la esquina de la Tienda de Yayo, un pescatero con un impresionante parecido al salsero venezolano Óscar de León, aunque Yayo no canta bien ni el Himno Nacional ni el “Happy Birthday”; beisbolista, *pitcher* que, si bien no lanzaba 100 millas/hora como el cubano Aroldis Chapman, se rebuscaba con sus lanzamientos tanto que llegó a representar en dos ocasiones al Magdalena, en categoría juvenil, en Campeonatos Nacionales de Béisbol, uno en Cali y otro en Medellín. Yayo, durante mucho tiempo, buscando diferentes oportunidades laborales, vivió en Medellín y posteriormente en Caracas, donde se convirtió en un exitoso comerciante hasta cuando, según dice él, un tal Maduro le dijo que no podía seguir lanzando sus curvas y rectas

en los campos comerciales venezolanos; ni corto ni perezoso, Yayo cogió sus chócoros y regresó a Pescaíto, donde montó una tienda exactamente donde muchos años atrás, por allá en las décadas de los 50, 60 y 70 tuvo también una tienda su tía, a quien todos conocían como la “Niña Irene”. Actualmente, la Tienda de Yayo, como le llaman todos, aunque Yayo siga llamándola la Tienda de la Niña Irene, es una de las más reconocidas y concurridas en Pescaíto, aunque en ese barrio haya una tienda en cada esquina.

A propósito de las afamadas tiendas de barrio, Tovar y Mendoza (2009) aseguran:

Las tiendas de barrio en Colombia como canales de distribución aún representan oportunidades de crecimiento en algunas categorías, ya que se convirtieron en una herramienta de captación de capital, oportunidad de trabajo y apoyo a la industria nacional, al brindar mejoras en el acceso de productos, asequibilidad en precios y una relación interpersonal más cercana e íntima entre tendero y consumidor; situación que no se evidencia con los almacenes mayoristas, que pese a su aparición y auge, no lograron eliminar a las ya consolidadas tiendas de barrio. De igual

1. Ingeniero pesquero y gestor cultural. E-mail: [gomezvizcaino53@gmail.com](mailto:gomezvizcaino53@gmail.com)

manera, la existencia de factores estratégicos como la ubicación, la amabilidad, el crédito que otorgan a sus clientes, la dosis precisa del producto en una presentación de bajo desembolso, la amistad y el trato personalizado, han permitido que las tiendas de barrio continúen manteniendo una fortaleza a nivel económico, cultural y comercial en Colombia.

No obstante, algunos sociólogos y economistas aseguran que, ante el avance de las grandes empresas comerciales propietarias de los denominados supermercados, las tiendas de barrio están condenadas a desaparecer. Pero esto, según otros, no es tan cierto; aún se preservan factores que le dan sostenibilidad social y cultural a las tiendas de barrio. En este sentido, Delgado (2019) afirma:

Desde que inició el ingreso de los almacenes de cadena en el país, de manera muy ligera se decía que las tiendas desaparecerían y que serían negocios del pasado, que al ser grandes almacenes que comercializan gran cantidad de productos, se convertirían en tiendas de descuento, mucho más competitivas que las tiendas de barrio y por ello los tenderos tenían los días contados.

Así mismo, Delgado (2019), ante la inesperada supervivencia de las tiendas de barrio, continúa explicando:

Se encuentra en razones humanas y no llanamente económicas, ejemplos tales como la amistad, la familiaridad, la charla que se da entre tenderos y consumidores, en donde estos últimos incluso dejan las llaves de su casa para que el tendero les haga el favor de entregarla a una persona en particular, o incluso cuando recibe las encomiendas de las personas cuando por motivos de trabajo estos no se encuentran en casa, son elementos culturales arraigados en nuestra población que no se evaporan por el simple hecho de que llegan poderosas empresas a la ciudad. Otro aspecto es la venta al menudeo, la tienda vende unidades de muchos artículos que en las “nuevas tiendas” no lo hacen,



Tienda de Yayo en Pescaíto. Fuente: David Ruiz Ureche

ejemplos como media pastilla de chocolate, un pocillo de arroz o una onza de aceite de cocina es común en las tiendas, algo que la competencia con todo su capital y su *marketing* de avanzada no podrá lograr.

Volviendo a la Tienda de Yayo, además de ser ejemplo de todo lo afirmado antes, este lugar se ha constituido también, en épocas de pre carnaval y carnaval, en escenario no solo del “mereque-





tengue” festivo de esos días, sino en oportunidad para el montaje casual e informal de conversatorios entre estudiosos del carnaval o simplemente interesados en mirar de otra manera lo que ocurre durante estas fiestas y lo que esas ocurrencias significan en términos sociológicos. Y en ese marco de improvisadas tertulias también afloran las remembranzas de lo que eran o cómo eran los carnavales pescaiteros de antaño. Esto, precisamente, ocurrió aquella calurosa tarde de febrero

cuando apareció un grupo de amigos que venía en el mismo plan mío: buscar algo de fresco natural y, además, matizar esto con unas “voladoras” bien heladas.

La conversadera no se hizo esperar. Apenas consumíamos la primera cerveza cuando surgió el tema de los carnavales pescaiteros de antes. Entre los contertulios se hallaba Aramis, pescaitero como todos los que allí nos encontrábamos,

profesor, teatrero y escritor de obras teatrales infantiles, hermano de Yayo y documentador de los aspectos más relevantes del carnaval de Pescaíto de antaño. Aramis tomó la palabra y comenzó su docta disertación mientras quienes lo acompañábamos lo escuchábamos con el mayor interés. Así hablaba Zaratustra, perdón, así hablaba Aramis aquella tarde:

En los años 50 los carnavales del barrio Pescaíto se constituían en los mejores de Santa Marta. Desde el primer día de carnaval la teatralidad carnestoléndica asomaba en este barrio: el tigre, el perro y los cazadores hacían su aparición, entraban a una tienda, o en una esquina escenificaban la gran cacería del tigre en medio de los circundantes curiosos que seguían a través de varias cuerdas el juego teatral. Luego los negros africanos, embadurnados de aceite negro, quienes acosaban a los transeúntes y los amenazaban con mancharlos si no les daban algunas monedas. La mujer embarazada que acusaba al supuesto marinovio irresponsable de ser el padre de su futuro hijo. El danzarín con filosos cuchillos en sus zapatillas, justo en sus talones, hacía toda clase de piruetas. El gorila, el botacandela, los hombres vestidos de mujeres en disputa por el hombre amado, el hombre con la cabeza mutilada dando tumbos con ella en su mano, todo ensangrentado; el voceador de periódicos, los vociferantes de letanías, etc. Sus puntos escénicos predilectos eran las reuniones en parrandas, donde recibían un aporte económico por sus representaciones.

Nadie se atrevía a interrumpir el discurso histórico de Aramis.

Por las noches el escenario del disfraz cambiaba; a un lado quedaban las actuaciones y se daba paso al brillo, al satinado, al color y a la elegancia. Por las calles, entrada la noche, se veían a los muchachos en grupos no menores de cinco —a quienes se les llamaban “cuadrillas”— con sus cabezas totalmente cubiertas al estilo El Santo, “el enmascarado de plata”, con sus pantalones abombachados, botas y capas largas que en su parte

interna adherían cascabeles que, con su estela de sonidos, ayudados por la brisa de la época, hacía más atractivo el disfraz. Eran conducidos por un líder o jefe que en su mano cargaba un látigo como muestra de autoridad. Las muchachas lucían, ceñidos al cuerpo, atuendos indígenas de Norteamérica de color dorado, con accesorios en brazos y tobillos, sus cabezas eran adornadas con un cintillo de donde se prendía una pluma. Era común apreciar el monocuco, disfraz que el hombre utilizaba para ocultar su identidad. Consistía en una capuzón que cubría la cabeza, un antifaz que tapaba el resto de la cara y un bozal que le llegaba a la barbilla; iba armado de una vara para alejar a quienes pretendían conocer su identidad, y a lo largo del cuerpo vestía un traje amplio de vistosos colores.

“Voladoras” iban y venían. Aramis se entusiasmaba cada vez más al notar el interés que despertaban sus palabras en la audiencia. El ambiente era bacano.

Eran disfraces bien elaborados, de telas finas y brillantes, exclusivos para la noche de bailes que se llevaban a cabo en una casa amplia con un patio grande, en el cual se concentraba toda la silletería y la cantina. Cada una de las habitaciones era para el baile; los curiosos en las puertas y ventanas sentían salir el vapor caliente mezclado con olor a loción y perfume producto del consumo festivo. La casa, la cual era desocupada totalmente, se constituía en un espacio cultural lleno de alegría, música, diversión y esparcimiento. De estos bailes fueron muy famosos los de Ana Pava-jeau, Olga Arévalo, Soledad Primera, “Antorcha de la Alegría”, Florentino Acosta Pereira, los de la Casa de los Aponte, entre otros.

Aramis continuó con su cátedra carnavalera mientras quienes le escuchábamos seguíamos su charla tomando cervezas. Ya eran varias, por no decir muchas, las que habíamos tomado.

A las casas de bailes, sedes de las reinas, las llamaban “Palacio Real”. Estos palacios eran “asaltados”



o tomados por otras reinas del barrio o de otros sectores la ciudad, acompañadas de su comitiva que llegaban en un camión ornamentado con palmeras de coco como muestra de afecto, armonía e integración. En ese entonces las reinas tenían su trono y un cetro, y se engalanaban con un vestido largo, por lo general de un solo tono —blanco o crema— con su respectiva capa de terciopelo vino tinto; además utilizaban guantes o mitones que cubrían el antebrazo terminando antes del codo.

Por un momento tocó parar la charla porque de una casa vecina se soltó un perro poco amistoso que atacó a un niño que pasaba por el sector; estuvo a punto de morderlo si no es porque la dueña del perro salió oportunamente y con un grito: “Oye, perro hijueputa, echa pa’entro”, hizo que el furioso canino se calmara y con el rabo entre las patas regresara a la casa. Después de esta breve interrupción, Aramis siguió su interesante carreta histórica:

Esos carnavales de Pescaíto de los años 50 fueron presididos por mi papá, Abelardo Manjarrés Pereira, hombre entusiasta, parrandero, generoso, amigo de todo el mundo, conocido por su amor por la cultura, pero sobre todo por los carnavales. Fue el presidente de la Junta Central de los Carnavales de Pescaíto durante ocho años consecutivos a partir de 1952. En ese año, precisamente, se designó como primera reina a Aura Cotes Mejía —hermana del excongresista pescaitero Micael Cotes Mejía— quien dio inicio a unas fiestas que muchos recuerdan con nostalgia.

La vaina estaba buena y pintaba pa’ largo, pero ocurrió algo que hizo concluir la disquisición histórico-carnavalera de Aramis. De pronto, aparecieron dos tipos a bordo de una moto, quienes raudamente bajaban por la calle 7, y detrás de ellos, una moto de la Policía los perseguía; al parecer se trataba de un par de delincuentes que acababan de llevar a cabo alguna “pilatuna” en un cercano lugar. Enseguida se alborotó el sector, con una rapidez tal que hacía pensar que la gente residente allí siempre estaba esperando un suceso

como aquel; la gente de aquel sector se alborotó como suele ocurrir cada vez que se presenta un espectáculo de estos muy parecido al de las competencias mundiales de Motos GP (Grand Prix). Lo peor de aquello fue que al parecer también Yayo se alborotó porque el hombre, sin más ni más, con cara de pocos amigos, llegó hasta el grupo a cobrar lo que se había consumido. Y resultó y pasó que ninguno de los contertulios, ilustres cerveceros, teníamos plata. El problema es que todos los miembros del grupo tenían cuentas pendientes con Yayo, quien, aunque como todos los tenderos de barrio, fía a sus clientes, decidió que no más, que las tarjetas de crédito de estos manes quedaban suspendidas. Hasta ahí, pues, llegó la charla de Aramis porque, como dice el escritor colombiano Galán (2021) en su poema “Las putas y los poetas”: “Los poetas llegan / caídos de la borrachera / y hablan y hablan y hablan. / Poeta que se respete / carga un poema en el que ha escrito / sobre nosotras, la libertad, / el alcohol y otras lindezas. / Ellos saben /que aquí se les celebra todo / siempre y cuando traigan plata. / Sin plata no hay poema que valga”.

Para Yayo, sin plata no hay cátedra histórico-carnavalera que valga.

### Referencias

- Delgado, A. (2019). Las tiendas no desaparecerán y permanecerán afortunadamente por largo tiempo en nuestros barrios. *América Retail*. <https://www.america-retail.com/opinion/opinion-las-tiendas-no-desapareceran-y-permaneceran-en-nuestros-barrios/>
- Galán, J. (2021). Las putas y los poetas. *Revista Punto de Partida*. <http://www.puntodepartida.unam.mx/index.php/numeros-anterriores/155-no-0146/237-0146-poesia-de-colombia-john-galan-casanova>
- Tovar, S. y Mendoza, C. (2009). La importancia de la tienda de barrio como canal de distribución aplicado en la localidad La Candelaria [Trabajo de grado]. *Universidad del Rosario*. <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1051/1032364146-2009.pdf?sequence=1> ■■■