

América Latina / México

La calle de las Vendedoras de Camarón

Las vendedoras de camarón de la región noroccidental de México se han organizado para defender sus intereses. Aun así, todavía deben afrontar muchos problemas.

María L. Cruz-Torres, del Departamento de Antropología de la Universidad de California, es la autora de este artículo.

‘Ecoturismo’, ‘tienda de regalos’, ‘restaurante’, ‘vida nocturna’ y ‘hotel’ son las palabras que más se repiten en los catálogos de viajes y los sitios *web* que tratan sobre la ciudad portuaria mexicana de Mazatlán, situada en el estado de Sinaloa (en la costa oeste). Pero también las vendedoras de camarón figuran entre las «atracciones» locales. En cualquier época del año, especialmente en los meses más fríos de diciembre a mayo, autobuses atestados de turistas canadienses o estadounidenses se detienen en la calle de las Vendedoras de Camarón. Pueden contemplar su género y charlar con ellas, pese a que en realidad muy pocos de ellos hablen español.

Las vendedoras de camarón constituyen una parte tan vital de la cultura de Mazatlán que hace poco en el Instituto de Cultura de la ciudad se escenificó una obra de teatro sobre su trabajo y vida social. La gente trabajadora de todo Mazatlán y de las ciudades y de las comunidades rurales cercanas es consciente de la valiosa contribución de las vendedoras de camarón al sector pesquero y a la economía local. Sin embargo, para las autoridades pesqueras locales y el gobierno es como si fueran invisibles.



Cuando inicié mi investigación me topé con que no había ninguna estadística o información escrita sobre ellas. Aparte de unos pocos datos fragmentarios, no existía documentación alguna sobre las vidas y los trabajos de estas mujeres. De ahí que la mayor parte de la información ofrecida en el presente artículo provenga de observaciones propias, entrevistas orales y una encuesta que redacté y realicé en Mazatlán, en verano de 2004, en el marco de un trabajo de campo de tipo antropológico.

Aquí se comentará la información preliminar que se desprende de la encuesta y de las entrevistas orales. El principal objetivo de la encuesta residía en recabar información sociodemográfica básica que me permitiera dibujar un retrato más detallado y preciso de las vendedoras de camarón. En la encuesta se preguntaba a las mujeres por su edad, su estado civil, número de hijos, años que llevaban vendiendo camarón y qué problemas afrontaban en su vida cotidiana. Durante un mes pude encuestar a 22 de las 40 mujeres que trabajan en el mercado de Mazatlán.

Seguidamente realicé entrevistas semiestructuradas a las mismas mujeres que había encuestado con el propósito de recoger información acerca de la historia y la fundación del mercado de pescado; de sus redes de cooperación económica y social; de sus relaciones familiares y de su situación en el hogar. Aquí se exponen los resultados de las encuestas y de las entrevistas:

La edad media de las mujeres encuestadas es de 41 años, la más joven tiene 18; la mayor, 70. La mayoría de las mujeres empiezan a vender camarón a una edad muy temprana, por lo general mientras ayudan a su madre o a otra mujer de la familia dedicada a la misma actividad. Cuando ya han aprendido cómo funciona el negocio, se instalan por su cuenta enseguida o al casarse y fundar una familia.

El 45% de las mujeres están casadas y el 32% son madres solteras. Muchas mujeres casadas confiesan que a menudo se sienten como madres solteras. Sus maridos se niegan a ayudarlas con la venta de camarón, el cuidado de los hijos o las tareas domésticas. Otras afirman trabajar no sólo para mantenerse a ellas mismas y a sus hijos, sino también a sus maridos. Las vidas de las mujeres casadas y solteras están marcadas por un trabajo constante. Cuando acaban su jornada en el mercado se van corriendo a casa a preparar la cena, hacer la colada y echar una mano a sus hijos con los deberes de la escuela.

La mayoría de las mujeres entrevistadas tienen hijos. La media es de cuatro. Las mujeres con hijos pequeños

(de doce años o menores), que son el 41% del total, deben salvar diariamente la dificultad de encontrar a alguien que se haga cargo de los hijos mientras ellas están en el mercado. Suelen recurrir a sus parientes, amigos o a otros hijos mayores que ya pueden cuidar de los pequeños. Menos para una de las mujeres encuestadas, la venta de camarón es la única fuente de ingresos de la que disponen: no pueden permitirse perder ni un solo día de trabajo.

La encuestada media lleva vendiendo camarón 19 años. La mayoría empezaron muy jóvenes vendiendo camarón en la calle casa por casa y ofreciéndolo a los transeúntes. Algunas veces se montaban una pequeña parada en una esquina y vendían desde allí. Lo cierto es que ninguno de los dos métodos era estable o cómodo.

Fue precisamente por esta falta de un espacio seguro y cómodo en el que vender camarón que unas cuantas vendedoras decidieron organizarse hace 25 años. Invadieron la calle que ahora es la calle de las Vendedoras de Camarón e instalaron allí sus puestos de venta. En un primer momento chocaron con la oposición de las autoridades locales: las acusaban de provocar atascos y generar suciedad y malos olores en la vía pública. Así y todo, con la ayuda de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Sinaloa, organizaron protestas, sentadas y huelgas de hambre hasta que las autoridades cedieron y las dejaron en paz.

Poco después fundaron una asociación de vendedoras de camarón que todavía existe. Cuenta con una junta compuesta por un presidente, un secretario y un tesorero y persigue incrementar su influencia dentro de la estructura política y económica de Mazatlán. La asociación también funciona como grupo de apoyo en el que las mujeres pueden compartir sus retos y problemas diarios, sus aspiraciones y sus logros.

Pese a la asistencia brindada por la asociación, las mujeres todavía se enfrentan a muchos problemas en el mercado y en casa; en su trabajo y en el cuidado de la familia. La mayoría con las que hablé los explicaban sin ambages. Aquí siguen los mencionados con mayor frecuencia:

- falta de apoyo por parte del gobierno (créditos, instalaciones, etc.);
- pago de la tasa mensual que les exige el ayuntamiento por ocupar un espacio en el mercado y de la cuota de la asociación;
- demasiada competitividad: todas las mujeres venden el mismo producto a los mismos clientes, circunstancia que suscita conflictos y rivalidades;

- el tiempo y la energía que emplean para viajar cada día a Mazatlán; algunas viajan dos horas al día en autobús para llegar al mercado;
- el largo tiempo que pasan al sol, sentadas o de pie, en medio del calor;
- la larga jornada laboral: la mayoría de mujeres empiezan a trabajar a las cuatro de la mañana, cuando los minoristas y mayoristas les suministran camarón y otros mariscos, y acaban hacia las siete o las ocho de la noche;
- el regateo con los clientes que no quieren pagar el precio que piden y que siempre intentan bajarlo;
- el camarón no vendido debe decapitarse para que no se estropee y después da menos dinero porque pesa menos;
- los ingresos que obtienen nunca les dan para cubrir las necesidades básicas de sus familias, y
- la falta de alternativas económicas –no hay más trabajo–, especialmente patente fuera de temporada, cuando el único camarón en el mercado es el producido en granjas que es más barato.

Muchos de estos problemas difícilmente se pueden abordar dentro de la asociación de vendedoras. La presión por vender camarón el mismo día que se compra a los suministradores a fin de evitar que se estropee se traduce en una cierta animosidad y competitividad entre las mujeres. Otros aspectos, como la ausencia de actividades económicas alternativas y los bajos ingresos que genera la venta del camarón, dependen de la estructura de la economía regional mexicana y de la economía mundial. Aun así, las mujeres también comentaron que la venta de camarón presenta ciertas ventajas en comparación con otros empleos. Gozan de libertad, independencia, tienen una fuente de ingresos y no tienen que obedecer a ningún jefe.

El pasado octubre, en la región meridional de Sinaloa al menos 1.000 personas se intoxicaron por consumir camarón. En un principio el suceso se atribuyó al empleo de piensos Purina en la acuicultura de camarón. Ante esta situación el gobierno decretó una moratoria en la pesquería de camarón hasta que se determinaran las causas de la intoxicación. La moratoria tuvo unos efectos atroces en la economía local: el camarón se dejó de consumir y las vendedoras temieron por su medio de sustento.

Las vendedoras de camarón de Mazatlán y de las comunidades rurales vecinas organizaron una protesta para exigir que las autoridades sanitarias efectuaran un estudio con el objeto de detectar la fuente de

intoxicación. Gracias a su presión y a la de los pescadores, la secretaría de sanidad local realizó un estudio más exhaustivo y descubrió que la intoxicación se debía a la presencia de la bacteria *Vibrio parahaemolyticus* en el sistema de estuarios de Huizache-Camainero, uno de los bancos de camarón más importantes de la región meridional de Sinaloa. Este hallazgo permitió a las mujeres tomar medidas preventivas como la de no vender camarón capturado en aquella zona.

No es la primera vez que las vendedoras de camarón de Mazatlán se organizan en torno a una causa que las afecta a todas por igual. Una y otra vez demuestran que las mujeres mexicanas tienen la capacidad y los conocimientos necesarios para alumbrar una acción colectiva en defensa de sus medios de sustento y del bienestar de sus familias.

Sin embargo, sí que es la primera vez que aparecen en los titulares no por vulnerar la ley, sino por el hecho de haberse unido y haber conseguido hacer audible su voz. Por fin las vendedoras de camarón son visibles hasta para los ojos de los funcionarios gubernamentales.

Para contactar a María L. Cruz-Torres escribid a maria.cruztorres@ucr.edu