



Autopercepción de las mariscadoras gallegas sobre su representación mediática: estudio de recepción

Helena Domínguez García¹

Recibido: 22 de enero de 2018 / Aceptado: 18 de mayo de 2018

Resumen. El presente artículo muestra cómo las mariscadoras gallegas perciben las representaciones mediáticas de su trabajo, a partir de un estudio de recepción basado en un grupo focal. La investigación tiene en cuenta aportaciones de la Economía Feminista, ya que el marisqueo a pie es un oficio altamente feminizado, y de los Estudios Culturales, que dan cuenta de las particularidades del consumo mediático de las mujeres. Los resultados indican que las mariscadoras presentan un discurso crítico sobre las representaciones propuestas por los medios de comunicación, que tienden a simplificar su trabajo.

Palabras clave: Mariscadoras gallegas; economía feminista; estudios de recepción; feminización del trabajo; representación mediática.

[en] Self-perception of Galician shellfish women about their media representation: a reception study

Abstract. The following article shows how shellfishers women of the Galician coast perceive the mediatic representations of their work, on the basis of a reception study with a focus group. The research takes into account contributions from Feminist Economics, since the shellfish by foot is a highly feminized job, and from Cultural Studies, which take into consideration the particularities of media consumption of women. Results indicate that shellfishers have a critical discourse about the representations proposed by media, which tend to simplify their work.

Keywords: Shellfish woman; feminist economics; reception studies; feminisation of work; media representation.

Sumario. 1. Introducción. 2. Marisqueo, trabajo femenino y consumos mediáticos; 2.1. Particularidades del trabajo de las mujeres; 2.2. El marisqueo a pie: sesgos y discriminaciones; 2.3. Mujeres y consumo de televisión. 3. Metodología: el grupo focal. 4. Análisis de la conversación: qué piensan las mariscadoras. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Domínguez García, Helena (2019): "Autopercepción de las mariscadoras gallegas sobre su representación mediática: estudio de recepción". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (1), 97-111.

¹ Universidade de Santiago de Compostela (España)
E-mail: helenadominguezg@gmail.com

1. Introducción

Las mujeres mariscadoras de A Illa de Arousa, un pueblo insular de 5.000 habitantes situado en las rías gallegas, fueron invitadas en el verano de 2012 a participar en el documental de telerrealidad ‘Los ojos de Belén’, conducido por uno de los personajes más populares de la televisión y la prensa del corazón del momento, Belén Esteban. Bautizada como ‘la princesa del pueblo’ por los medios españoles, Belén Esteban había saltado a la fama tras su romance con un torero, con el que tuvo una hija y del que se separó bajo los focos de televisión.

Las representantes de las mariscadoras discutieron la propuesta y, aunque hubo alguna objeción, finalmente se entregaron con ilusión a la grabación del programa, que les ofrecía la oportunidad de mostrar las condiciones de su trabajo en una cadena de televisión de difusión estatal y elevadas audiencias.

El equipo de ‘Los ojos de Belén’ se desplazó dos veces a la isla, la primera de ellas con el objetivo de conocer el terreno y preparar la grabación, y la segunda, para filmar ya con Belén Esteban, cuya misión consistía en ejercer de mariscadora por unas horas, guiada por las mujeres locales. El programa proponía aparentemente un choque de culturas, escenificado por el encuentro entre una celebridad de los platós televisivos que se gana la vida exponiendo detalles personales, y el mundo de una comunidad marinera, que se dedica a la extracción de marisco en la bajamar.

La prensa local interpretó el acontecimiento con evidente jocosidad, tal y como muestran los siguientes titulares: ‘Belén Esteban lanza al estrellato a las mariscadoras isleñas’ (Luaña, 2012), publicó *La Voz de Galicia*, y ‘La princesa del pueblo, entre almejas’, tituló el *Faro de Vigo* (A.G., 2012). Pero, una vez emitido el programa, ¿Cuál fue la opinión de las mariscadoras? ¿Se sintieron adecuadamente representadas? ¿Supuso para ellas alguna novedad en la construcción mediática de su oficio?

Un año después de la emisión, en febrero de 2015, reunimos a un grupo de mariscadoras que participaron en el documental para que visionasen juntas el programa y debatiesen sobre la forma en que su profesión y sus inquietudes son reflejadas por los medios de comunicación. Así, partiendo de un enfoque cualitativo, diseñamos un estudio de recepción para conocer el discurso de un grupo de mujeres sobre la representación mediática de su oficio.

El marisqueo a pie o “ir a la seca”, tal y como se conoce en el entorno, emplea en la isla a 245 mujeres de edades muy diversas², lo que representa un 15% de la población femenina en edad de trabajar. Se trata de una actividad fundamental en la economía local, que incide directamente en las rentas de las mujeres e indirectamente en el pequeño comercio local.

En tanto que fenómeno cultural, económico y antropológico, el marisqueo a pie admite una lectura poliédrica. Por una parte, constituye un ejemplo de profesión feminizada que ha experimentado grandes avances en los derechos laborales, en la participación de las mujeres en la toma de decisiones y en la sostenibilidad de los recursos, provocando todo ello que las mariscadoras se sientan orgullosas de su profesión. Y por otra parte, continúa siendo una profesión doblemente

² Datos correspondientes a 2015, facilitados por la Cofradía de Pescadores San Xulián de A Illa de Arousa.

estigmatizada, por su condición de ocupación de mujeres, y por su condición de trabajo tradicional del mar.

La presente investigación da voz a las mariscadoras isleñas e interpreta sus opiniones sobre los medios de comunicación a la luz de las teorías de la Economía feminista, los Estudios Culturales y los estudios de Género y Comunicación.

2. Marisqueo, trabajo femenino y consumos mediáticos

2.1. Particularidades del trabajo de las mujeres

A la hora de abordar cualquier estudio sobre el trabajo de las mujeres debemos tener en cuenta una serie de condicionantes, o si se quiere, distorsiones que afectan a su situación laboral. Una de las principales es la histórica división sexual del trabajo, según la cual las mujeres se ocuparían de las tareas reproductivas –el trabajo doméstico y el cuidado de la familia– y los hombres, de las actividades productivas. Desde esta perspectiva, el trabajo remunerado de las mujeres es considerado como algo excepcional o secundario.

Relacionado con lo anterior, los diversos empleos se clasifican de forma jerárquica, dando más valor a los típicamente masculinizados que a los feminizados. Ello ha generado discriminaciones salariales y diferencias injustificadas en las condiciones laborales. A pesar de la positiva evolución experimentada en los últimos años, las brechas entre hombres y mujeres en salarios, tasas de actividad y empleo siguen siendo muy elevadas, tal y como señalan los estudios al respecto (Del Río y Alonso-Villar, 2007).

Por otra parte, en muchos casos la actividad femenina no es reflejada estadísticamente de forma adecuada, ni la que se ejerce dentro del hogar ni fuera de este. El concepto de trabajo se vincula exclusivamente al empleo remunerado, de manera que se excluyen las actividades relacionadas con el cuidado de la vida, que también son indispensables para la economía y que normalmente recaen sobre las mujeres (Jubeto, 2011). Y por otro lado, desde una perspectiva diacrónica, los prejuicios sociales y subjetivos y las condiciones de vulnerabilidad de los trabajos de las mujeres han obstaculizado el reconocimiento institucional. En esta línea, algunos estudios, ya sea sobre la industria de la conserva en el primer tercio del siglo XX (Vázquez Saavedra, 2004) o sobre el marisqueo a mediados de los 70 (Pardellas, 1987), ponen de manifiesto la inutilidad de los censos locales para cuantificar la tasa real de actividad mercantil femenina, dado que las mujeres se declaraban amas de casa. Esto tendría que ver con la dificultad para el autorreconocimiento como mantenedoras de la familia pero también con el hecho de que muchas de ellas carecían de contratos laborales y documentación oficial que acreditase su actividad (Pardellas, 1987; Permuy, 2011).

La combinación de éstos y otros factores socio-culturales hace que las mujeres sigan ocupando a día de hoy una posición secundaria en el mercado laboral, una situación que también tiene su reflejo en la esfera pública. De hecho, investigaciones recientes señalan el desequilibrio representacional del trabajo de mujeres y hombres en los medios de comunicación (Rovetto, 2011). Y la economía feminista pone de manifiesto que el periodismo económico, guiado normalmente

por las grandes agencias de comunicación, ofrece una visión de la problemática económica incompleta, al centrarse en el ámbito financiero y excluir la economía del cuidado (Jubeto, 2011).

2.2. El marisqueo a pie: sesgos y discriminaciones

El marisqueo a pie es un ejemplo paradigmático de segregación ocupacional en función del género, ya que es un oficio ejercido exclusivamente por mujeres. La playa se halla sexualmente dividida, de manera que ellas marisquean a pie en la zona intermareal y los hombres lo hacen a flote, sobre pequeñas embarcaciones, en la zona submareal a escasos metros de tierra. Mientras que para los hombres el marisqueo ha sido considerado una fuente principal de ingresos, para las mujeres ha representado tradicionalmente una actividad económica complementaria que, además, gozaba de escaso reconocimiento social, debido a las duras condiciones de trabajo, a la informalidad que caracterizaba las relaciones mercantiles y a los escasos ingresos que generaba. La situación cambió en los años 90, con la profesionalización del oficio y el cambio en el estatus laboral de las mujeres.

El proceso de profesionalización de las mariscadoras de las rías gallegas ha sido objeto de atención de varias investigaciones desde una perspectiva de género (Marugán, 2004, Broullón, 2010). Sin embargo, paradójicamente, nos parece que los análisis adolecen de algunos sesgos que impiden valorar el papel decisivo de las mariscadoras en esta transformación. Uno de ellos es la difundida idea de que los avances en las condiciones sociolaborales se iniciaron de arriba abajo, de manera que fueron las instituciones políticas, con el desarrollo normativo, las que sirvieron de motor de cambio de una comunidad de mariscadoras pasivas. Ciertamente, la ordenación jurídica del sector y las nuevas dinámicas políticas y económicas contribuyeron a prestigiar el oficio, pero la transformación se fraguó en las propias comunidades locales, que demandaban soluciones a sus problemas. Al menos, así ocurrió en el caso de A Illa de Arousa (Lojo y Poza, 1989), cuya cofradía fue pionera en facilitar el acceso de las mujeres a las estructuras de gestión. Fue la convergencia de cambios macroestructurales y cambios en la cultura local lo que facilitó que las mariscadoras conquistasen poder político y empezasen a considerar el marisqueo desde una dimensión profesional (Keene Meltzoff, 1995).

Otro sesgo es la concepción de las mariscadoras como un sector conflictivo que se habría redimido con la profesionalización, una idea cuestionable que deriva de la asunción del discurso del poder por parte de los investigadores. Tal y como se ha argumentado (Lojo y Poza, 1987), la lucha social del marisqueo ha sido observada de un modo simplista por la administración, y entre las causas que favorecieron las disputas por el espacio en las playas habría que considerar el desinterés político por la problemática de las comunidades marineras y la falta de regulación del litoral.

La situación actual de las mariscadoras de A Illa de Arousa es la de un colectivo muy organizado, que goza de autonomía política y económica dentro de la Cofradía de Pescadores. La profesión ha experimentado un gran avance en el reconocimiento social y legal, pero todavía goza de áreas de sombra, que son obviadas por los discursos triunfalistas sobre la evolución de oficio.

La profesionalización del marisqueo a pie trajo consigo nuevas labores de acuicultura, como la siembra de semilla en los arenales, que ha permitido aumentar

la producción de molusco, y el cuidado de los bancos marisqueros, que ha pasado a ocupar una parte muy importante del tiempo de trabajo.

Las principales tareas de mantenimiento de los bancos marisqueros consisten en la retirada de las algas que cubren periódicamente las playas, para evitar la muerte del marisco por asfixia, y la vigilancia de los arenales para controlar el furtivismo estival. Debido a las especiales condiciones geográficas de la isla, con 36 km de costa y un elevado impacto del turismo de playa, estas labores representan una pesada carga para las mariscadoras.

La vigilancia de las playas mantiene ocupadas a las mujeres en días alternos durante todo el verano, alterando sus dinámicas familiares. Se trata, además, de una actividad no remunerada y con mala prensa, pues sólo salta a la agenda mediática en forma de conflictos. Ante la falta de inspecciones pesqueras y sanciones por parte de la administración, las mujeres se ven obligadas, sin ningún tipo de autoridad ni reconocimiento profesional, a enfrentarse a los bañistas que extraen marisco irregularmente, lo que las coloca en una situación de especial vulnerabilidad. Las playas se convierten así en espacios de tensión entre las comunidades locales y el turismo.

Además, la subordinación de las mujeres en el espacio doméstico se reproduce en la playa, ya que los hombres que marisquean a flote no participan en ninguna de las tareas anteriormente mencionadas. Bajo el argumento de que el depósito de algas y el furtivismo tienen lugar en el espacio marítimo asignado a las mariscadoras a pie y que, por lo tanto, a ellos no les afecta, recae sobre las mujeres toda la responsabilidad de limpieza y cuidado –como en el hogar– de los arenales, sin tener en cuenta que este tipo de trabajo beneficia a la totalidad del banco marisquero. Los moluscos cuando desovan liberan gametos que son arrastrados por las corrientes, lo que significa que el marisco está en movimiento y que no es posible considerar de forma aislada las diferentes zonas de marisqueo. Una vez más, las mujeres resultan discriminadas.

2.3. Mujeres y consumo de televisión

La presente investigación interpela a las mariscadoras sobre la autopercepción de su imagen mediática, partiendo del visionado de programas de televisión. Para entender la forma en que se aproximan al medio y a sus productos culturales, debemos tener en cuenta que las mariscadoras se autoidentifican con un doble rol, el de profesionales del mar y el de amas de casa. Esto es así, principalmente, porque el marisqueo a pie es un trabajo que depende del ciclo de las mareas, por lo tanto, la extracción sólo se ejerce unos determinados días al mes. La temporalidad de la actividad hace que las mariscadoras dediquen una parte importante de su tiempo a las tareas domésticas y el cuidado de la familia, lo que también tiene implicaciones en su consumo mediático.

Los Estudios Culturales han puesto de manifiesto la importancia de la televisión en las rutinas cotidianas de las mujeres, ya que éstas permanecen prolongados períodos de tiempo en el espacio doméstico. Además, los diferentes roles que hombres y mujeres ocupan en el hogar influyen en los usos televisivos (Morley, 1992). Así por ejemplo, para ellas ver la televisión incluye habitualmente la realización simultánea de alguna actividad doméstica. Y la gratificación de ver la

televisión no está directamente relacionada con los contenidos ofertados, sino que puede provenir de la mera exposición o del entorno familiar en el que se ve (Garmendia, 1998).

Otra cuestión que atañe al consumo mediático de las mujeres tiene que ver con sus preferencias y la minusvaloración de la que han sido objeto, tanto desde el punto de vista social como académico. En este sentido, los géneros considerados típicamente femeninos han sido tachados de superficiales, sentimentales o transmisores de estereotipos sexistas, tal y como señala Puñal Rama (2015). Un ejemplo de ello es la telenovela, cuyo desprestigio ha sido contestado con trabajos que muestran su función social, como su vínculo con la cultura popular y la apertura a la actualidad que presenta el relato (Martín Barbero, 1988).

En el contexto postmoderno, el melodrama se ha trasladado a nuevos formatos híbridos de entretenimiento, que cuentan la vida de personajes famosos (Lamuerda Graván, 2005). Y ello explicaría el éxito de Belén Esteban entre la audiencia femenina. Su romance con un torero y su posterior ruptura fue interpretado de forma similar a una telenovela. Se trata de una historia abierta al futuro, sin fin definido, ligada al contexto vital de la audiencia y que, además, permite grandes dosis de participación, ya que las espectadoras pueden elegir desde qué perspectiva quieren decodificarla (Lamuerda Graván, 2005).

Por otra parte, en tanto que producto del 'mundo del corazón', la historia de Belén Esteban vendría a cumplir otro tipo de funciones atribuidas a este tipo de información, como la capacidad de entretenimiento y evasión o la generación de una sensación de dominio del entorno vecinal, al hacernos conocedores de la vida privada de los personajes (Gallego, 1990).

La crítica feminista no se pone de acuerdo en este aspecto. Una parte desaprueba ciertos productos de la cultura popular dirigidos a las mujeres por su potencial represor. Y otra ve en ellos aspectos positivos (Clua, 2008). En todo caso, las razones de los gustos de las mujeres pueden no ser evidentes en la superficie, tal y como revela la ya clásica investigación de Radway (1994) sobre las novelas románticas escritas por y para mujeres en Estados Unidos. El estudio mostró que la lectura de novelas rosa permitía a las mujeres evadirse de las responsabilidades del hogar y gozar de momentos de privacidad.

3. Metodología: el grupo focal

Para conocer la opinión de las mariscadoras sobre la representación de su propio oficio en los medios de comunicación hemos optado por aplicar técnicas cualitativas basadas en la interacción grupal. Una de las primeras decisiones metodológicas que se plantearon fue la elección entre el grupo de discusión o el grupo focal, ya que ambas son técnicas muy similares que tienden a confundirse en la práctica (Callejo, 2001). No obstante, hay una diferencia fundamental que permitió la pronta toma de decisiones. En el grupo de discusión se exige como norma de objetividad que los participantes no se conozcan entre sí y que tampoco conozcan al moderador. En una pequeña comunidad insular como la Illa de Arousa esta premisa resultaba casi imposible de cumplir y, además, se decidió trabajar con

un colectivo social preexistente, las mariscadoras, así que necesariamente optamos por la técnica del grupo focal.

Previo al inicio de la discusión, las participantes visionaron dos productos audiovisuales difundidos en diferentes canales de televisión: una pieza perteneciente al programa de telerrealidad ‘Los ojos de Belén’, de Telecinco, y un fragmento del concurso *reality* ‘Quién quiere casarse con mi hijo’, de Cuatro.

La principal pieza de la proyección pertenecía al espacio titulado ‘Los ojos de Belén’, una serie de entretenimiento con estilo documental que supuso, en su día, un cambio en el tipo de formato en el que participaba Belén Esteban. En este caso, la célebre colaboradora televisiva no tenía que exponer su propia vida ante los espectadores, tal y como venía haciendo en sus intervenciones en plató, sino viajar a diferentes lugares de España y mostrar el modo de vida de otras personas vinculadas a diversos sectores profesionales y situaciones sociales, actuando de mediadora protagonista.

La grabación realizada en colaboración con las mariscadoras gallegas se emitió en Telecinco en febrero de 2014 y supuso la séptima entrega, dedicada a Galicia (La Fábrica de la Tele, 2014), de los nueve programas que componen la serie.

El programa promovió la identificación entre las mariscadoras y la heroína – Belén Esteban- ya que ésta se puso en la piel de las mujeres del mar y se solidarizó con sus duras condiciones de trabajo y sus escasos ingresos. A pesar de la falta de profundidad en el tratamiento del tema, como es habitual en este tipo de formatos de telerrealidad, el discurso del programa introdujo algunos elementos alternativos a los hegemónicos, como la difusión de otra idea de realización profesional, -el oficio de mariscadora-, o el hecho de que desmontase presunciones consideradas patriarcales, como la rivalidad femenina.

En el momento en el que estábamos diseñando el grupo focalizado, en febrero de 2015, se emitió en otro canal de televisión, esta vez en Cuatro, una prueba del concurso *reality* ‘¿Quién quiere casarse con mi hijo?’ en la que las concursantes debían acompañar a una mariscadora de Cambados, una población próxima a la Illa de Arousa, en su jornada laboral. En este caso, el tiempo concedido al marisqueo fue muy inferior al del anterior programa y con un enfoque muy diferente. La profesión apareció representada de forma trivial y estereotipada y, además, el programa buscó la ridiculización de las concursantes, que no fueron informadas de la tarea que les esperaba en la playa y acudieron en bikini y con una actitud poco predispuesta a la extracción de marisco.

Así, optamos por mostrar también esta pieza en la reunión del grupo focalizado, para que sirviese de estímulo en la discusión y de elemento de comparación sobre diferentes formas de representar en televisión el trabajo de las mariscadoras.

El objetivo del grupo focalizado era descubrir los sentimientos, las opiniones y las creencias de las mariscadoras sobre su representación mediática. Así, se construyó una guía previa en la que se definieron tres temas a tratar: el consumo mediático de las mariscadoras, la representación de su trabajo en los medios y la opinión sobre los dos programas concretos que se visualizaron.

En cuanto a la selección de participantes, se decidió convocar a las mariscadoras que habían participado directamente en el programa de Belén Esteban y que, además, formaban parte de los órganos de dirección de la Cofradía de Pescadores de la isla. De esta manera, se pidió a la trabajadora más veterana del

grupo, que actuaba de representante, que reclutase a las demás mariscadoras. Cinco de ellas confirmaron su participación e invitamos a una sexta mariscadora que no había tenido ninguna relación con el programa ni lo había visto con anterioridad, con el objetivo de que pudiese servir de contrapunto. En total, se contó con la participación de seis mujeres mariscadoras, de edades comprendidas entre los 40 y los 63 años.

La reunión del grupo focal tuvo lugar en la Cofradía de Pescadores de A Illa de Arousa el 23 de febrero de 2015 y su contenido fue registrado mediante grabadora de voz. Entre el visionado de los dos programas y la conversación posterior, el encuentro se prolongó durante dos horas. El resultado de la discusión se transcribió y se analizó, tomando el propio grupo, y no los individuos, como unidad de análisis. Para analizar el texto, se hizo una lectura comprensiva de la transcripción y una interpretación de las opiniones de las participantes recurriendo al análisis crítico del discurso. Así, se seleccionaron segmentos representativos o excepcionales del texto, buscando líneas temáticas y relaciones con los conceptos teóricos que habían guiado nuestra investigación.

Siguiendo a Van Djick (2009), el análisis crítico del discurso no lo concebimos como un método en sí mismo, sino como una práctica académica que puede utilizar cualquier método de las Ciencias Sociales que sea pertinente para los objetivos de la investigación. Además, tomamos partido abiertamente en la investigación, con la que esperamos contribuir a la lucha contra las desigualdades sociales.

4. Análisis de la conversación: qué piensan las mariscadoras

Las participantes en el grupo focal perciben que el marisqueo a pie es un trabajo desconocido y que los medios no representan la problemática de su trabajo cotidiano. En general, tienen la conciencia de que son objeto de una baja representación mediática. Y consideran que cuando los medios de comunicación les prestan atención, centran su interés casi exclusivamente en la actividad de extracción, dando una imagen del oficio simplificada que no se corresponde con la pluralidad de tareas que implica el marisqueo.

En este contexto, las mujeres valoran la oportunidad que les brindó el programa ‘Los ojos de Belén’ para mostrar la realidad de su trabajo. En primer lugar, por el alcance que tiene una cadena de televisión de ámbito estatal y, en segundo lugar, por el hecho de que la intermediaria fuese Belén Esteban, un personaje público “al que sigue mucha gente” (participante 1).

La importancia que el medio televisivo tiene en el consumo mediático de las mujeres nos permite comprender la importancia que otorgan a la televisión: “Ver esto na televisión sempre é unha boa imaxe para nós” [“Ver esto en la televisión siempre es una buena imagen para nosotras”³], dijo una de las mariscadoras (participante 2). Y aunque reconocen que existe un programa en la televisión

³ La conversación del grupo focal se produjo en lengua gallega. Todas las citas de las participantes reproducidas en esta investigación se reproducen en el idioma original y a continuación se ofrece la traducción al español, realizada por la autora de este trabajo.

autonómica gallega especializado en temas marítimos que da cabida al marisqueo, enfatizan el hecho de que se haya mostrado su trabajo en una cadena estatal.

La satisfacción que les produjo el programa no está directamente relacionada con la reputación del personaje mediático intermediario. Al ser cuestionadas acerca de su opinión sobre Belén Esteban, algunas participantes mostraron una lectura crítica y otras defendieron su trayectoria. Las mariscadoras no se pusieron de acuerdo sobre aspectos como la forma en que se gana la vida o el hecho de si debe considerarse una madre coraje. No obstante, es un personaje que resulta familiar para todas e incluso, en algunos comentarios, se percibe cierta identificación de clase, debido a la extracción social del personaje:

“Ti óela falar de política e fala como ti pensas, exprésase como ti te expresaría [...] Ela di che, ‘eu teño dous irmáns en paro, un é camarero’, entendes?”. [Tú la oyes hablar de política y habla como tu piensas, se expresa como tú te expresaría [...]. Ella te dice, ‘yo tengo dos hermanos en paro, uno es camarero’. Entiendes?"] (participante 1).

“Hai xente que non tiña nada e despois chegou a ter algo e parece que nunca foi pobre. E ela sigue sendo como era, teña ou non teña”. [“Hay gente que no tenía nada y después llego a tener algo y nunca fue pobre. Y ella sigue siendo como era, tenga o no tenga” (participante 4)].

En cuanto al enfoque del programa, las participantes enfatizaron como un aspecto positivo la apariencia de verosimilitud del relato y el hecho de que el personaje intermediario viviese personalmente, aunque fuese por unos instantes, la experiencia del marisqueo. Esta idea la expresaron en frases como las siguientes:

“É unha reportaxe do real, como traballabamos, como vivíamos, e ela nas súas carnes viviuno”. [“Es un reportaje de lo real, cómo trabajábamos, cómo vivíamos, y ella en sus carnes lo ha vivido” (participante 1)].

“A reportaxe é totalmente a nosa vida, o noso traballo”. [“El reportaje es totalmente nuestra vida, nuestro trabajo”] (participante 2).

“O programa quería saber a nosa rutina diaria. Non querían que maquilláramos a cousa”. [“El programa quería saber nuestra rutina diaria. No querían que maquillásemos la cosa” (participante 5)].

Entre las temáticas que se abordaron en el programa, las mariscadoras destacaron positivamente el hecho de que se mostrara la dureza del trabajo en la playa y las condiciones en las que se subasta de marisco en la lonja, esto último para que el público fuese consciente del desequilibrio entre lo que perciben las mariscadoras y los precios de venta al público: “que vexan como vendemos nós e como está o produto arriba” [“que vean cómo vendemos nosotras y cómo está el producto arriba” (participante 4)]

Entre los temas que el programa no mostró y que las participantes consideraban importantes destaca la vigilancia de las playas en verano. El impacto que esta actividad tiene en la vida de las mariscadoras queda reflejado en que fue el asunto que más participación suscitó en el grupo focal y al que más tiempo de conversación dedicaron. El diálogo se llenó con el anecdotario de las faltas de respeto, provocaciones e incomprensiones de las que son objeto las mariscadoras

en las playas cuando tienen que pedirles a los bañistas que no extraigan marisco furtivamente. Las mariscadoras isleñas declararon sentirse impotentes ante la violencia física y verbal que sufren y, además, son conscientes de que los enfrentamientos pueden contribuir a una construcción negativa de su imagen social.

El problema del furtivismo estival parte del desconocimiento y la falta de concienciación social sobre la importancia que poseen los bancos marisqueros para las comunidades locales:

“O produto que hai alí é noso, porque nós o sementamos, nós o limpamos e nós o vixiamos, para poder ter que extraer. E estamos pagando uns dereitos para poder extraer” [“El producto que hay allí es nuestro, porque nosotras lo hemos sembrado, nosotras lo hemos limpiado y nosotras lo vigilamos, para poder tener algo que extraer. Y estamos pagando unos derechos para poder extraer” (participante 4).]

“A xente non quere entender que non todo dá o mar. Dos nosos poucos ingresos, investimos unha cantidade de cartos para comprar semilla porque o que cría o mar non é suficiente para nós”. [“La gente no quiere entender que no todo lo produce el mar. De nuestros pocos ingresos, invertimos una cantidad de dinero para comprar semilla porque lo que cría el mar no es suficiente para nosotras” (participante 5).]

A la pregunta de si los medios de comunicación podrían contribuir a sensibilizar contra el furtivismo, una participante se muestra convencida del potencial de los medios de comunicación para contribuir a la causa:

“Pola radio ou polo periódico tiñan que dicirle á xente que vai pasar o día na praia que non marisque, que é o noso traballo, tiña que saír un pouco na prensa! [“;Por la radio o por el periódico deberían decirle a la gente que va a pasar el día en la playa que no marisque, que es nuestro trabajo, tenía que salir un poco en la prensa! (participante 2)]

Y otra mariscadora le contesta que los medios sólo están interesados en visibilizar conflictos:

“á prensa non lle importa, muller, á prensa impórtalle cando hai un problema para poñelo, pero para axudarche a ti...” [“a la prensa no le importa, mujer, a la prensa le importa cuando hay un problema, para ponerlo, pero para ayudarte a ti...” (participante 4)]

En todo caso, coinciden en que les gustaría que los medios de comunicación prestasen más atención a sus problemáticas y desearían que la experiencia del programa de Belén Esteban se repitiese. Incluso proponen durante la conversación la posibilidad de contactar ellas mismas con algún otro presentador de televisión.

Por otra parte, las opiniones de las mariscadoras hacen visible la tradicional brecha entre la administración y la ‘gente del mar’. En esta tesitura, el papel del gobierno de la Xunta es evaluado muy negativamente. Sienten la falta de apoyo en aspectos como la vigilancia de las playas y echan de menos medidas sancionadoras para los furtivos. Además, desconfían de la capacidad gubernamental para resolver

sus problemas, planteando una dicotomía entre el mundo institucional ejercitado en el saber teórico y las sociedades marineras, en las que predomina el saber práctico.

“Desde unha oficina non se coñece o mar, para poñer as leis e quitarlas. Os mesmos conselleiros de Pesca, que supostamente son os nosos representantes, son os que máis nos tiñan que apoiar ou representar, e non teñen nin idea do noso traballo”. [“Desde una oficina no se conoce el mar, para poner las leyes y quitarlas. Los mismos consejeros de Pesca, que supuestamente son nuestros representantes, son los que más nos tendrían que apoyar y representar, no tienen ni idea de nuestro trabajo” (participante 1)]

“Temos un problema engadido, que nos morre moito marisco. E a Xunta ten un monte de biólogos e á hora da verdade non che din máis que ten un virus”. [“Tenemos un problema añadido, que nos muere mucho marisco. Y la Xunta tiene un montón de biólogos, y a la hora de la verdad no te dicen nada más que se trata de un virus” (participante 5)]

En cuanto a las desigualdades de género, una participante señala que los varones que marisquean a flote cuentan con cobertura social en caso de que se produzca un paro biológico, es decir, un período de veda en las actividades marisqueras, mientras que ellas, no disponen de esta prestación. Pero apenas presentan un discurso crítico en este tema, probablemente porque han interiorizado culturalmente ciertos desequilibrios.

Durante el encuentro, las mariscadoras se quejaron de las condiciones de su trabajo y de sus escasos ingresos, pero ello no impide que manifestaran una alta valoración de su ocupación. Además, se autodefinieron como “empresarias” y, al mismo tiempo, como “amas de casa”:

“É un traballo moi bo no sentido de que ti vas pagando o teu seguro, vas cotizando, por se un día tes unha baixa, e á parte diso, atendes os fillos e atendes a túa casa”. [Es un trabajo muy bueno en el sentido de que tú vas pagando tu seguro, vas cotizando, por si un día tienes un baja, y aparte de eso, atiendes a los hijos y atiendes tu casa” (participante 4)]

“Esta é unha empresa que hai que mirar de levantar porque é unha empresa que pode producir”. [“Esta es una empresa que hay que mirar de levantar porque es una empresa que puede producir” (participante 1)]

La asunción de este doble rol da lugar a la denominada jornada sin fin de las mujeres y, además, puede poner en riesgo el estatus profesional alcanzado por las mariscadoras. Así, para conservar su permiso de explotación se les exige por norma que asistan al 70% de las jornadas de extracción y al 95% de las actividades de mantenimiento de los bancos marisqueros, unos requisitos difíciles de alcanzar para aquellas mujeres que tienen familiares dependientes a su cargo y que no pueden participar en todas las jornadas de marisqueo.

Por último, debemos señalar que el grupo focal posibilitó la generación de un discurso colectivo sobre la autopercepción mediática de las mariscadoras, que era lo que se buscaba, pero también sirvió para que las participantes, reunidas, tomaran conciencia de su autopercepción y del papel de los medios de comunicación en la construcción social de la imagen de su oficio. De hecho, se plantearon por primera

vez la necesidad de desarrollar una campaña de comunicación mediática dirigida al turismo para promover el respeto y la protección de los bancos marisqueros de la isla.

5. Conclusiones

La oportunidad de mostrarse en una cadena de televisión estatal a través de la intermediación de un personaje del mundo del corazón como Belén Esteban no supuso prejuicios para las mujeres mariscadoras. Al contrario, valoraron el hecho de poder llegar a mucha gente de la mano de un personaje cuya vida conocían en detalle, y que les resultaba familiar y cercano a todas ellas.

De acuerdo con la experiencia vivida por el grupo de mariscadoras, podemos afirmar que existe un potencial emancipador en la cultura popular y que incluso un programa de telerrealidad conducido por un personaje famoso puede abrir espacios para la participación comunitaria. Cabe matizar, no obstante, que las mariscadoras carecen en este caso de control sobre las formas de representación social, así que la construcción mediática de su oficio no siempre estará, necesariamente, en sintonía con sus propias inquietudes.

Las mujeres isleñas se autoperciben como invisibilizadas por los medios de comunicación, y, sin embargo, las informaciones que abordan en la prensa local o en la televisión autonómica asuntos relacionados con el marisqueo no son una excepción. Esta falta de correspondencia entre los contenidos emitidos y percibidos puede obedecer a dos razones principales: al hecho de que las temáticas y los problemas representados no son los que realmente a ellas les interesan y a la falta de oportunidades para participar directamente en la elaboración de los contenidos.

Las diferentes tareas que forman parte del ciclo del cultivo del marisco, como la siembra y la limpieza de los arenales, rara vez son noticia en los medios de comunicación. Y cuando lo son, no trascienden las ediciones locales. No obstante, estas labores tienen un notable impacto sobre los ritmos cotidianos de la comunidad, ya que las mariscadoras dedican a ellas una parte importante de su tiempo de trabajo.

Los medios, especialmente la televisión, se muestran más interesados en captar escenas de recolección de marisco, probablemente por ser más plásticas y espectaculares. Así, la falta de visibilización de determinadas labores, unida a la sobrerrepresentación de la extracción de molusco, podría contribuir a generar una idea del marisqueo como una actividad espontánea y poco profesional, ya que no se refleja la acuicultura en toda su complejidad. Al mismo tiempo, ello no favorecería la concienciación del visitante, que debido al desconocimiento o a los prejuicios forjados con respecto al oficio, en algunos casos se cree en su derecho a recolectar molusco en los bancos marisqueros y se resiste a dejar de mariscar.

Las mariscadoras de A Illa de Arousa son conscientes de que el control del furtivismo, al ser fuente de problemas, podría contribuir a desprestigiarlas como grupo social pero se mantienen en su empeño de vigilar la actividad de las playas en verano, porque para ellas es una forma fundamental de cuidar su puesto de trabajo.

En este contexto, y considerando el problema únicamente desde una dimensión comunicativa, sería deseable que la Administración pusiese en marcha campañas de sensibilización que contribuyeran a establecer comportamientos socialmente favorables a las mariscadoras.

Los resultados de la investigación apuntan a la presencia en las mariscadoras de un discurso crítico sobre la realidad construida por los medios en torno a su trabajo cotidiano. De todas maneras, es necesario resaltar que los principales problemas de las mariscadoras no tienen relación con sus representaciones mediáticas, sino con la persistencia de situaciones discriminatorias en el ámbito social, político, económico y jurídico.

Para concluir, nos gustaría destacar que la metodología que se ha propuesto para analizar la recepción televisiva de las mariscadoras se ha revelado como una técnica enriquecedora tanto para la propia autora de esta investigación como para las mariscadoras participantes. La organización del grupo focal permitió añadir a esta investigación percepciones no previstas de las espectadoras y para el grupo de mujeres participantes representó una oportunidad para reflexionar y hablar sobre sí mismas, favoreciendo con ello su autogeneración social como ciudadanas.

6. Referencias bibliográficas

- Faro de Vigo* (2012): "La 'princesa del pueblo' entre almejas". 3 de julio, firmado por A.G.. En: <http://www.farodevigo.es/portada-arousa/2012/07/03/princesa-pueblo-almejas/661957.html> [Consulta: febrero de 2015]
- Broullón Acuña, Esmeralda (2010): "Culturas marítimas y relaciones de poder. La trayectoria del marisqueo a pie en las rías bajas gallegas". *Cuadernos de Estudios Gallego*, nº 123 (LVII), 375-399.
- Callejo, Javier (2001): *El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona, Ariel
- Clua Gines, Isabel (2008): "¿Tiene género la cultura? Los estudios culturales y la teoría feminista". En Clua, Isabel (ed.): *Género y cultura popular*. Bellaterra, Edicions UAB, pp. 11-30.
- Del Río, Coral y Alonso-Villar, Olga (2007): "Diferencias entre mujeres y hombres en el mercado de trabajo: desempleo y salarios". En *Seminario de Economía e igualdad de Género: retos de la Hacienda Pública en el siglo XXI*. Madrid, Instituto de Estudios Fiscales (IEF) y Ministerio de Economía y Hacienda. En: <http://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/coral/diferencias.pdf>
- Gallego, Juana (1990): *Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue: la prensa femenina en la actualidad*. Barcelona, Icaria.
- Garmendia Larrañaga, Maialen (1998): *¿Por qué ven televisión las mujeres? Televisión y vida cotidiana*. Bilbao, Universidad del País Vasco.
- Jubeto Ruiz, Yolanda (2011): "Algunhas claves feministas para un xornalismo económico baseado na equidade de xénero". En Álvarez Pousa, Luis y Puñal Rama, Belén (coord. y edit.): *Rompendo moldes. Áreas de especialización e xénero no Xornalismo*. Santiago de Compostela, Atlántica, pp. 101-115.

- Keene Meltzoff, Sarah (1995): *Marisqueadoras of the Shellfish Revolution: The Rise of Women in Co-management on Illa de Arousa, Galicia. Journal of Political Ecology* (2). 20-38. University of Arizona.
- La fábrica de la tele (2014); *Los ojos de Belén: Galicia*. [vídeo]. Disponible en: https://www.telecinco.es/losojosdebelen/a-carta/los-ojos-de-belen-galicia_2_1748280121.html
- Lamuedra Graván, María (2005): "Formatos híbridos y melodrama en televisión: El caso de Belén Esteban como heroína post-moderna. Estudio de recepción". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 11, 349-374. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- Lojo Nieto, Manuel y Poza Bóveda, Juan Vicente (1989): "Hacia la profesionalización del sector marisquero: la Illa de Arousa como ejemplo atípico". En *Jornadas sobre economía y sociología de las comunidades pesqueras*. Santiago de Compostela, Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y Universidade de Santiago de Compostela, pp. 445-452.
- Lojo Nieto, Manuel (1998): "Organizaciones no marisqueo galego e espacio territorial". En *Marisqueo en Galicia. 3ª Xornadas do medio mariño e acuicultura, Sada 1994*. Sada-A Coruña, Edicións do Castro, pp. 277-286.
- Luaña, Susana (2012): "Belén Esteban lanza al estrellato a las mariscadoras isleñas". *La Voz de Galicia*, 4 de julio. En: http://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/arousa/2012/07/04/belen-esteban-lanza-estrellato-mariscadoras-islenas/0003_201207A4C3991.htm
- Marugán Pintos, Begoña (2004): *E colleron ese tren... Profesionalización das mariscadoras galegas*. Santiago de Compostela, Xunta de Galicia.
- Morley, David (1992): *Television, audiences & Cultural Studies*. Londres, Routledge.
- Martín Barbero, Jesús (1988): "Matrices culturales de la telenovela". *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 5 (II), 137-164. México, Universidad de Colima.
- Pardellas de Blas, Xulio (1989): "El trabajo de la mujer en la pesca y el marisqueo en Galicia". En *Jornadas sobre economía y sociología de las comunidades pesqueras*. Madrid y Santiago de Compostela: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y Universidade de Santiago de Compostela, pp. 431-438.
- Permuy, Uqui (2011): *Doli, Doli, Doli...coas conserveiras. Rexistro de traballo* [vídeo]. Disponible en: <https://youtu.be/Hsyw2epu1-c>
- Puñal Rama, Ana Belén (2015): *Presenza e ausencia das mulleres na prensa. Análise do tratamento da prostitución en El País e ABC (1977-2012)* (Tesis doctoral inédita). Universidade de Santiago de Compostela.
- Radway, Janice A. (1994): *Reading the romance*. London, Verso
- Rovetto Gonem, Florencia (2011): "Cómo nombrarlas. Mujeres, trabajo y medios de comunicación: algunas aproximaciones conceptuales". *Trabajo y sociedad*, nº 17, 381-399. Santiago del Estero, Universidad Nacional de Santiago del Estero
- Vázquez Saavedra, Daniel (2005): "La organización del trabajo en la Galicia costero-conservera: el impacto de la industrialización en Illa de Arousa, 1889-1935". En *VIII Congreso de la Asociación Española de Historia Económica*. Santiago de Compostela. En: http://www.usc.es/estaticos/congresos/histec05/b6_vazquez_saavedra.pdf
- Van Dijk, Teun A. (2009): *Discurso y poder*. Barcelona, Gedisa.

Helena Domínguez García es Doctora en Comunicación y Periodismo por la Universidad de Santiago de Compostela (USC). Cursó la licenciatura de Ciencias de la Información y un Máster en Cooperación Internacional y Voluntariado en esa misma universidad. Colabora con el grupo de investigación Cidacom (Cidadanía e Comunicación) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la USC y forma parte del equipo editorial de la Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD). Dentro del área de Comunicación, sus temas de interés son los movimientos sociales, la identidad y la comunicación alternativa.