

Emakumeak errekadutan: kalea eta elkar babesteko sareak ehuntzen

■ Jone Arrazola Maiztegi
Gizarte eta kultur antropologoa

Emakumeen eta merkataritzaren arteko harremanak asko du maitasunetik eta hirigintzatik.

Oñatiko emakumiak errekadutan. XX. mendeko komertzio txikiaren etnografia feminista bat (Irati Garai eta Jone Arrazola, 2019) Oñatiko Udaleko Selma Huxley Barkham ikerketa bekarekin egin genuen, helburu nagusi batekin: herriko emakume guztiak errekadutan ehundu duten sare afektibo eta ekonomikoaren aitor-tza eta errekonozimendua egitea.

Merkatarien bilobak izanik, bagenekien merkataritza gure amonen eta beste emakume askoren bizi proiektuaren ardatza izan dela. Intuzioak esaten zigun, lanbide eta eginbehar bat izatetik harago, dendak ahalduntze sozial zein ekonomiko-rako lurzoru izan direla. Arrakala bat izan dira merkatuak, behe barruak eta dendak bestelako maitasun harremanetarako: familia eta erromantikotasunari paralelo, elkarren babeserako sareak osatzen zituzten emakumeek.

Etnografia honek herriko emakume guztiak barnebiltzen ditu, ez soilik merkataria. Izan ere, merkataritza bi aldeak egiten dute posible: saltzaileak eta erosleak. Saltzaile izan dira dendariak, joskinak, alpargatagileak, zerbitzariak,

sukaldariak, gozogileak, ostalariak, nekazariak, ogidunak, arraindunak, errekadistak... Erosle, berriz, adin, jatorri eta klase sozial guztietako emakumeak.

Izendegiak garrantzi handia du; izan ere, horren arabera osatzen dugu gure iruditeria. Merkataritzaren historiaz idatzi den apurra gizon historiagileek begirada androzentrikotik egin dutenez, gizonen mundutzat irudikatu da. Hala, gorai-patu dituzte gizon merkatarien lanbideak, eta emakumeen lana azpiratu, bigarren mailako kategoria eman. Horregatik ez du estatus bera jantzigile 'sastre' edo joskin esateak. Zapatari edo alpargatari. Okin edo ogidun. Harakin edo *txar-kutera*. Tabernari edo zerbitzari.

Merkataritza zentzu zabalean ulertzen dugu ikerlanean: komertzio txikiak ari gara, hurbileko kontsumo guneez, familia-negozioez, kooperatibez edo ekonomatoez. Baina baita etxez etxeko salmentaz, ostalaritzaz eta zerbitzuez ere.

Jakina da merkataria gutxituz joan direla XX. mendeko azken hamarkadatik hona: saltokiak ez daude izkina guztietan, ez dago lehen besteko denda bete kale. Baserri bete auzo. Ekoizle bete azoka. Arrain edo kafe usaindun kantoi.

Tokiko merkataritzak bizi duen krisialdia izan da, alde batetik, lan hau egitera bultzatu gaituena. Eta, bestetik, gure amonen eta horien belaunkideen ondarea jasotzea. Alarmak piztuta dituen sektore baten iraganean arakatu dugu, jakiteko zer dagoen arriskuan, eta zergatik. Azken hamarkadetako emakumeen ahalduntzeak zerikusirik izan du?

Emaitza: merkataritzak hiru ekarpen egi(te)n dizkio herriari. Ekarpen ekonomikoa, ekarpen sozioemozionala, eta ekarpen espaziala.

Ekarpen ekonomikoa

Merkataritza, batetik, lanbide izan da ekoizle, bitartekari, errekadista eta merkataria eta dendarientzat. XX. mendean, merkataritza sektore feminizatua izan da, eta egun hala izaten jarraitzen du.

Eta zergatik izan da emakumezkoen ofizio? Emakumeei zegozkien beste lanekin bateragarriak ziren enpleguak zirelako. Hau da, etxeoandre eta dendari, biak aldi berean izan ahal zirelako. XX. mende osoan zehar ezarri zaien betebeharrak eta roletik gehiegi urrunduta gabe egin zezaketen lana zen. Frantziako indartu zuen sexuen arabera lan-banaketak bi rol zehazten zituen: etxeoandre eta ogi irabazlearena. Emakumearen helburua zen ezkondu eta familia zoriontsu bat osatzea, eta gizonarena enplegua izan eta familia diruz sostengatzea. Emakumeek, batez ere ezkonduak, etxera dirua ekarri behar izateak familia pobrea, desorekatua errepresentatzen zuten. Eta horrek familia buuruaren desohorea zekarren.

Emakume guztiak ez ziren, ordea, klase bereko, eta, beraz, berdin: klase baxu eta ertainekoek lan eskua saltzea behar-beharrezkoa zuten, biziraungo bazuten. Hala, normatik atera gabe, dirua etxean bertan sortzen zuten jositik, sukaldatuz edo komertzioa izanda. Gaztetatik hasi eta helduetaraino:

Tabernara de sirvientas asko, danak soltera etorten zian, eta behin ezkondu izten ebein. Hombre! Es que antes era una deshonra para el hombre; como si no pudiera mantener a la familia...

Mujeres diez años mayores que yo ya no pudieron trabajar. Las que tuvieron suerte de tener comercio pues allí, y si no a coser!¹

Are gehiago, industria edo neskametzak ez bezala, merkataritzako lana emakume ezkonduentzat lanbide apropostatzen zuten jendarteak. Zergatik? Sarritan, modu informalean edo diru sarrera osagarri gisa egiten zelako: adibidez, etxe etxeoko salmenta, joskintza eta bestelako milaka zerbitzu.

Zergatik izan da merkataritza emakumezkoen ofizio? Emakumeei zegozkien beste lanekin bateragarriak ziren enpleguak zirelako. Hau da, etxeoandre eta dendari, biak aldi berean izan ahal zirelako

Hala ere, emakumeentzat dendan lan egiteak ez zuen esan nahi ekonomikoki independente izatea. Izan ere, familia negozioak izan direnez, dendako ekonomia eta etxekoa bat izan dira: dendako ekonomia tiraderan oinarrituta egon da, eta familiako kideek ez zuten bere lanagatik soldatarik jasotzen.

Noski, familia kide guztiek ez zuten eskua tiraderan sar-tzeko zilegitasun bera:

Gizonak manejaitten eben dirua. Andrak ibiltten zian diru justuakin. Oso andra gutxik ibiltten ebein dirua. Zeatik ez zian egoten dibortziuak? Nora joango zian? Bueno, nora fan dozena erdi umekin?

Salbuespena dira alargun eta ezkongabeak: horiek, gizonaren faltan, etxeko eta negozioko arduradun legalak ziren. Eta horrek materialki askatasun eta botere handia eman die. Horrek ez du esan nahi, ordea, sozialki botere hori erabili dutenik, ez baita ohikoena izan.

«Ezkonduta ez bazeunden, galduta zeunden», zioen nire lagun baten amonak. Eta hori oso ondo islatzen da Maria Pilarren bizimoduan. Bere ilobak kontatua:

Nere tiak ez zuen lagunik izan. Astean zehar denda eta asteburuetan ez zuen ezer. Oporrak? Beranboa hasi zenean, abuztuan hamabostaldi bat egiten zuten lan goizez eta arratsaldean itxi. Eta hurrengo hamabostaldian Oñatin, que no quedaban ni los gatos, itxi behar izaten zuten, baina orduan ez zuen ezer giterik.

Hau da, maitasun erromantikoaren egituretatik kanpo kokatu zirenak, borondatez edo halabeharrez, merkataritzan tokia izan zuten, batez ere XX. mendeko lehen erdian. Tokia, bizirauteko, ekonomikoki zein afektiboki.

Alabaina, emakume gehienak, mandatu patriarkalarekin bat eginez, ezkondu egiten ziren. Ezkontzeak haxe zekarren 60-70eko hamarkadetara arte: enplegua utzi eta etxekoandre eta ama izatea. Merkatarari zirenak, ordea, ez. Familia-negozioa bazen, enpleguari eusten zioten.

Eta nola kontziliatzen zuten? Komertzio gehienak, mende osoan zehar, familia-negozioak ziren, denda familia-etxearen

azpian kokatzen zen, barrutik konektatuta egon ohi ziren eta lan-banaketa familia patriarkalaren egituraren arabera egiten zen, gizon figura bat zegoen kasuetan.

Familia unitate produktibo gisa ulertuta, kide (ia) guztiek hartzen zuten parte negozioan. Negozioaren espazioa (denda, taberna edo zerbitzua) senide guztiek bere sentitzea zekarren parte hartze horrek. Hau da, etxearen luzapen bat zen negozioa.

Senarrak jabetza zuen, produktuak biadjanteei enkargatu eta sektoreko ferietara joaten zen. Bidaiatzeko aukera izaten zen, lagun artean. Bitxia da, baldin eta errekaduren bat egitera joan behar bazuen, eta dendan ilara egonagatik, lehenengo berari artatzen zitzaiola: «atendiu lehenengo gizona, prisía eukiko dau ta».

Emazteak bezeroak artatzen zituen eta kontabilitateaz arduratzen zen. Era berean, denda zabaldu baino lehen, familiari gosaria eman, haurrak eskolarako prestatu eta lapikoa jartzen zituen. Goiza izaten zen emakume gehien zetozen momentua: denda emakumez betez gero, ez zituzten bezeroak azkarrago artatzen. Bakoitzari behar zuen denbora dedikatzen zitzaion. Bezerorik ez zen uneetan, denda eta etxea garbitzen zuen. Eguerdian, familiari bazkaria eman eta harrikoa egiten zuen. Arratsaldean, denda zabaldu arte bestelako zeregin batzuetan aritzen zen: familiarentzat arropak josten, edo lixiba egiten, adibidez. Afal ordura arte, berriz, mostradorean egoten zen. Ondoren, afaria prestatu, hurrei eta senarrari zerbitzatu eta harrikoa egin. Etxean azkena lokartzen zena izan ohi zen etxeoandrea.

Eta hori guztia maitasunaren izenean.

Hurrek ere funtzio bat zuten negozioan: eskolaz kanpoko orduetan biltokia txukuntzeaz arduratzen ziren eta amak agindutako errekaduak egiten zituzten, eta dendan azkenengo artatzen zituzten beti, presarik ez zutela eta. Ostiraletako lana izaten zen paketeak egitea: zereal, lekale eta kafea hamar kiloko zakutan etortzen zen, eta hurrek libra erdi, libra eta kiloko paketeak prestatzen zituzten.

Dependenterik kanpokuak? Keba, keba. Horreik... ezta zoratuta bez! Etxekuak zertarako dia ba? Ze lehen holakotxe pentsakerak zian... etxeukuak etxerako dia, lanerako! Eta gu ba txiki-txikittatik lanera! [...] Jolasten egon biharrian ba hantxe lan eta lan! Sakuak bete eta bete, eta bete.

Seme eta alabaren artean ezberdintasun bat egingo zen, hazitakoan: alaba amari itsatsiko zitzaion, ofizioa ikasteko. Hala, amarengandik alabarengana eman izan da erreleboa, 70eko hamarkadara arte behintzat, gehienetan behartua. Hori ere familiari zitzaion maitasunaren izenean. Eta ez bereziki alabari.

Mi vocación frustrada ha sido peluquería. Yo soñaba toda la barra (del bar) llena de secadores, ta nere ama: «Ez ez ez, tienes que ir a San Sebastián a aprender el oficio y no, no hay dinero, tienes que empezar a trabajar en casa». Hamalau urtekin. Eta hola hasi nintzan tabernan. Eta esan notzan amari: «Jo, ama, lo que más pena me da es dejar el piano»... Porque me gustaba mucho la música... y: «Eh? Ahí tienes once metros y medio de mostrador para tocar el piano», esan noztan amak.²

Semeak, aldiz, nerabetan esku bat botatzeari uzten zion, eta, etxeko ekonomiak baimentzen bazuen, ikasketak egin ahalko zituen edo fabrikan lanean hasi.

El negocio lo empezó mi padre. Mis hermanos estudiaron y a la que no le gustaba el negocio le toco quedarse. Yo como no estudié, pues aquellos se fueron a la fábrica y alguien se tenía que quedar. A mí no me consultaron si quería. Toma, pa'ti! Pero a mí nunca me ha gustado.³

Beraz, alabak maite behar zuen familia-negozioa, lanbidea, baina semeari baimentzen zitzaion bide propio bat egitea.

Senar edo emaztearen ama etxean izaten bazen, hura arduratuko zen sukaldeaz, eta, ezin bazuen, dendan lagunduko zion alaba edo errainari. Eta, noski, azken horrek zainduko zuen hura.

Behin mostradore barruko ekonomia eta lan-banaketa azalduta, kanpoko azaltzea dagokit. Zein zentzutan egin die merkataritzak ekarpen ekonomikoa bezeroei?

Batetik, ekoizleak ziren nekazari, abeltzain, sukaldari, joskin eta abarrei beren produktuak merkaturatzeko modua ematen zien merkataritzak.

Baserritar askok 'soberakinak' komertzializatzen zituzten, azokan ez ezik, herriko denda txikietan: barazkiak, gazta, esnea eta arrautzak salgai ipintzen zituzten dendetan. Eta ez bakarrik baserritarrek: sukaldari eta gozogile onak ziren emakumeek, esaterako, pastelak enkarguz egiten zizkieten ostatupei, ospakizun handietarako. Bitartekariak izan dira, beraz, dendak eta ostatuak.

Eta, bigarren, bezeroei egiten zitzaizkien faborezko tratuak aipatu behar dira: trukea, apuntea edo etxean probatzeko ematea. Kasu guztietan aipatzekoa da merkatariei fabore bat eskatzeko garaian aurpegia ematen zutenak emakumeak zirela.

Trukea bereziki baserritarrekin egiten zen. Dendako produktuak baserrikoen truke:

Baserritarrak ez eukain dirua eskuartian. Jatekua bai baina dirurik ez, eta askok itten ebein. Ni akordaitten naiz adibidez familixa bat, hamahiru zian, babak ekarten ozkuen dendan saltzeko eta haren trukian azukarra edo kafia edo galletak libra erdi eruaten ebein.

Zorretan ematea edo apuntea izan da, kasu askotan, etxeko ekonomia duin bat izateko estrategia. Kaleko etxekoandreen ohiko jarduna zen hori, senarrak soldata kobratu arte ez baitzuten dirurik izaten:

Apuntau itten zan: «ezin dotsut pagau e, zapatuan gizonak kobrauko dau eta ekarrikotsut» konfiantzan...

Migratu berria bazen eta momentuan ostatua ordaintzeko dirurik ez bazuen, bi aukera: migrantea gizona baldin bazen,

Seme eta alabaren artean ezberdintasun bat egingo zen, hazitakoan: alaba amari itsatsiko zitzaion, ofizioa ikasteko. Hala, amarengandik alabarengana eman izan da erreleboa, 70eko hamarkadara arte

apuntatu egiten zitzaion eta ahal zuenean ordainduko zuen. Emakumea baldin bazen, bertan zerbitzari lana eskainiko zitzaion eta lanaren truke hartuko zuen bertan ostatu.

Hala, oso ohiko faborezko tratuak ziren trukea edota zorretan ematea. Herrietan oraindik orain egiten den praktika da, adibidez, arropak «etxean probatzeko uztea». Herri txikietan egiten da, konfiantzazko sare bat dagoelako. Eta konfiantza hori egunean-egunean merkatari eta bezeroaren artean ehuntzen da.

Ekarpen sozioemozionala

Lehen ez euen psikologo biharrik porque en cada tienda había una!

Ekarpen sozioemozionala da denda, zerbitzu eta ostalaritzak herriko emakumeei egindakoen artean monografiko honetan azpimarratu beharrekoa, ikerketa honen interesgune nagusia baita.

Laburbilduz: dendak, emakumeentzat –merkatari zein bezero izan–, familiaz aparteko laguntasunerako, maitasunerako, elkarren babeserako sareen topagune izan dira.

Eguneroko errekadutan aliantzak eta agentziak egon dira bezero eta merkatarien artean, merkatarien artean zein bezeroen artean, biak ala biak emakumeen ahalduntzerako funtsezko gako direnak.

Josepa Cucó (1995) antropologoaren eskutik,⁴ laguntasuna ulertu genuen: maitasun erromantikoak arautzen duen Mendebaldeko jendartearen, laguntasunaren diskurtsoak harremanaren emozio kargan jartzen du indarra, eta ez horrenbeste instrumentalizazioan, erabilpenean. Bada, Cucóren arabera, laguntasun harreman batean berdintasuna egon behar da. Baina berdintasunak ez du alboratzen instrumentalizazioa, baldin eta aldebikoa bada. Eta, hain zuzen ere, dendari eta bezero arteko harremana ulertzeko, hori behar-beharrezkoa da.

Baina Cucó defendatzen du bi aldeak, emozionala eta instrumental, laguntasunaren ezaugarriak direla. Laguntasuna,

beraz, plurifuntzionala da David Gilmoreren arabera (1975),⁵ eta edozertarako balio dezake. Itsasgarri dinamiko sozial gisa funtzionatzen du, jendartea komunitate gero eta atomizatua-goetan integratuz.

Emakumeen autokontzientzia taldeen agerpena baino lehenagoko formula ziren mostradore bueltako tertuliak: etxetik at, elkarrekin harremantzeko zuten espazio bakarrenetakoak ziren dendak.

Etxeko edo baserriko isolamenduari edo bizitzaren eguneroko gorabeherei aurre egiteko sostengu sozioemozionala jaso eta eman da herriko merkataritzan: denetariko zailtasun edo minei irtenbidea edo sendagaia topatzen zitzaien dendan. Baziren zailtasun ekonomikoak (diru falta, lan-eskaintzak...), sozialak (etxeko gatazkak, seme-alaben hazkuntza...) zein emozionalak (tristura, bakardadea...). Merkatariek laguntzeko bokazioa zuten, baina askotan bezeroak ziren haiek laguntzen zituztenak. Aldebikoa zen, beraz.

Laburbilduz, 70eko hamarkadara arte, errekadutara 'ofizialki' produktu bila joaten zen emakumeak dendan bilatzen zituen sozializazioa, notizia, babesa eta lagun sarea.

Mujeres que habían tenido algún problema de lo que sea y: «Lagundu in bioztazu Francisca, hau eta hau pasaitten xat», y pasaban al comedor.

El mimo, el cariño de que entran por la puerta y ya sabes lo que quiere, lo que puede.⁶

Geroztik, *kontsumismoa nagusi den azken hamarkadatan*, produktuak ugaritu dira eta kapritxoz erosteko ohitura sortu da.

Emakumeen ahalduntze ekonomikoa bere interesetara baliatu zuen, hasieratik, kapitalismoak. Hala, emakume askorentzat, edertasun tratamenduak hartzea, ile apaindegira joatea edo arropa erostea bere buruari denbora oparitzea da.

Eta batzuntzako da... ez dakitt zela esan hitza ba, desahogo edo. Zuri kontaitten dotzue euran gauzak, ta bueno, zuk segiu itten zatzu, ta bueno, ia lasaixau geraketan dia...

Ekarpen sozioemozional hori azaltzen bukatzeko: esan daiteke dendetan emakumeek identitate propioa zein kolektiboa gorpuztu dutela; agentzia gorpuztu dute eta jarraitzen dute saretzen, elkar zaintzen eta elkar babesten. Sarearen korapilo dira, beraz, dendak.

Ekarpen espaziala

Hirugarren ekarpena hirigintzari dagokiona da: komertzioa da erdigune historiko bati zein auzoei identitatea eta bizitza

Esan daiteke dendetan emakumeek identitate propioa zein kolektiboa gorpuztu dutela; agentzia gorpuztu dute eta jarraitzen dute saretzen, elkar zaintzen eta elkar babesten. Sarearen korapilo dira, beraz, dendak

eman diena. Izan ere, erdigune historikoek komertzioari esker jarraitzen dute zentralitatea izaten.

Erdigune historikoan edo auzoetan izan, denda, ostatu, zerbitzu bakoitza erdigune bat da, bere horretan. Eta luzaroan bere izaera mantentzen dutenak 'instituzio' estatusa dute. Hala ezagutzen dira memoria kolektiboan.

Kaleak, izkinak, etxeak, espazioak, oro har, izen bat hartzen du bertan bizitza bat dagoen

nean, negozio, familia, emakume bat dagoenean. Espazio izate-tik toki izatera igarotzen da. Hortik dator tokiko merkataritza.

Kaleen tokikotasuna, izaera, identitatea memoria kolektiboan dago, baina ez da estatikoa, egunean-egunean egiten da. Eta horren lekuko fidelenak dira dendak, eurak ere, iraganaren eta orainaldiaren artean, balantzan daudelako.

Espazio publikoaren (kalea) eta espazio pribatuaren (etxea) arteko *bitarteko espazio* izan dira familia-negozioak: etxearen luzapena ziren, baina ateak irekita.

Espazio publikoaren eta pribatuaren arteko dikotomia sustatu baino, elkarrekintzan ulertu behar ditugu. Eta espazio

publiko zein pribatua dira genero-gatazken lekuko, negoziazioaren, boteretzearen zein erresistentziaren agertoki.

Merkataritzari bitarteko espazio deitu diogu: lehen dendak eta orain kafetegiak bitarteko espazio izaten jarraitzen dute, espazio publikoan emakumeek bilatzen dituzten arrakalak, zuloak, babeslekuak.

Dendak diot, horiek izan direlako elkarren babeserako erdiguneak. Baina beste hainbat topagune sorrarazi ditu etxeko etxeko salmentak, adibidez: kale izkinak edo behe barruak, esaterako. Eta hori galtzear dago.

Ogiduna, arrainduna edo esneduna etxeko etxe zebilela, etxekoandreak kalera jaisten ziren, *¡Sardina viva!* oihuak edo bozina hotsa entzun eta berehala. Hura haien momentua zen. Halabarrez eskaileretatik jaitsi behar zen; orduan denbora gehiago pasatzen zen etxetik kalera eta kaletik etxera, eta bitartean bizilagunekin topo egiten zuten.

Oraingo gazte asko, ordea, urbanizazio berrietan bizi dira eta autoz mugitzen dira 'kalera', lanera, edonora. Autoa garajejan sartu eta igogailutik igo ohi dira etxera, inor ere ikusi gabe, nahi izatekotan.

Eskaparateen argitasunak, emakumeen joan-etorriak, merkatarien presentziak identitatea eta segurtasuna ematen diote kaleari. Jane Jacobs hirigintza feministaren aitzindariak dio: merkataritza zentrala da kaleen zaintza eta kale horien erabilera publikoa eta irekia bermatzeko.

Bukatzeko, azken ideia bat gehitu nahi dut: dendak eta osalaritza 'gehiegizko urbanitateak' disimulatzeko agertokiak izan dira: kalea 'gehiegi gustatzen' zitzaien emakumeek ihesbide bat zuten dendetan. Edo emakumeengan horrek sortzen duen zigor soziala sendatzeko toki izan dira, laguntasunean.

Hala, hauxe ondorioztatu daiteke: hein handi batean, horiei esker okupatzen dugu emakumeok gero eta gehiago plaza, kalea, erdigunea.

Eta bigarren mailako kaletar izaten jarraitzen dugu, baina egunez eta herriko kale nagusian gu gara nagusi eta kalearen jabe. Beraz, aitortu dezagun gurea den ondare eta espazioa.

Ahalduntzeak dakar gainbehera

Denok dakizkigu egun merkataritzak bizi dituen zailtasunak zein diren. Eta ez da nire asmoa horiek errepikatzea. Bai, ordea, krisialdiaren abiapuntuaz ohartaraztea. Emakumeon ahalduntzearekin lotura zuzena baitu.

XX. mende erdian, merkataria lanari heltzeko arrazoi eta motibazioak nabarmen aldatu ziren. 60ko hamarkadatik aurrera, negozioaren ardura hartu edo negozio bat irekitzera animatutako emakumezkoek ez zeukaten biziraupena motibaziotzat: senarraren soldatarekin konformatu ez, eta diru propioa irabazi nahiko dute emakumeek. Finean, independentzia ekonomikoa baloratzen hasiko dira.

Hala, 70eko hamarkadan, negozioaren ardura erreleboz hartu zuten emakume askok tiraderaren erabilera haien independentziarako muga zela ikusi zuten. Horrenbestez, dendaren ekonomia familiarenetik bereizi eta profesionalizatzeke presioa egin zuten.

Talka handiak sortu zituen horrek ama-alaba artean, amek traiziotzat bizi baitzuten alaben intentzio hori: negozioa egin da familiak bizirauteko, eta maitasunez. «Nola indibidualizatuko dituzu irabaziak?», «Ez duzu familia maite».

Gurasoen erresistentzia horri zor zaio negozio belaunaldi baten bukaera. Hor, beraz, komertzioaren krisiaren abiapuntua: emakumeek familia patriarkalaren mandatupean dandan doako lana egiteari utzi zioten. Ahalduntzen hasi ziren.

Merkataritzan jarraitzekotan, beste joko arau batzuekin izango zela erabaki zuten; besteak beste, kotizatuz, soldata bat jasoz, larunbat arratsalde eta igandetan itxiz, udan oporrak hartuz...

Garai hartatik aurrera, nabarmen gutxitu ziren errelebo behartuak eta negozioarekin jarraitzeko presioa. Besteak beste, emakumeak beste nonbait enpleguratzeko aukerak zabaldu zirelako.

Bistan da, beraz, ekonomiaren eta maitasun erromantikoaren arteko lotura.

Hitzatzea

Plazera izan da lan hau egiteko 60tik gora emakume ezagutzea, bizipenak entzutea. Oñatiko Udalaren babesari esker liburu eta erakusketa batean itzuli genion herriari guk aztertutakoa, eta eskertza handia jaso genuen.

Asko ikasi dugu emakumeok mende batean egin dugun bo-teretze prozesuaz eta bide horretan merkataritzak izan duen garrantziaz; merkataritzaren eta emakumeon historia eskutik doaz, bata ezin da bestea gabe ulertu. Belaunaldiaren arabe-
ra, denda babesleku edo kondena izan da emakumeontzat.

Herri txikietako emakumeon bizitza zaintza-lanak eta erre-
pideak baldintzatzen duen garaiotan, askeago izateko borro-
kan, tokiko merkatariaik gure aliatuak dira. Lehen eta orain. 🌸

Oharrak

1. «Ni baino hamar urte zaharragoak ziren emakumeek ezin izan zuten lanik egin. Denda izateko zortea izan zutenak hantxe aritzen ziren, eta bestela jostera!».
2. «Nire bokazio zapuztua ile-apainketa izan da. Tabernako barra ile-lehor-gailuz beteta amesten nuen, eta nire amak: ‘Ez ez ez, Donostiara joan behar duzu lanbidea ikastera eta ez, ez dago dirurik. Etxean lanean hasi behar duzu.’ Hamalau urterekin. Eta horrela hasi nintzen tabernan. Eta esan nion amari: ‘Jo, ama, pena handiena pianoa uzteak ematen dit’.. Musika asko gustatzen zitzaidalako... eta: ‘E? Hortxe duzu hamaika me-
tro eta erdiko barra pianoa jotzeko’, esan zidan amak».
3. «Negozioa nire aitak abiatu zuen. Nire anaiek ikasi egin zuten, eta ne-
gozioa gustatzen ez zitzaionari egokitu zitzaion geratzea. Nik ikasi ez
nuenez, beraiek fabrikara joan ziren eta norbaitek geratu behar zuen.
Niri ez zidaten galdetu ere egin nahi ote nuen. Tori, zuretzat! Baina
niri ez zait inoiz gustatu».
4. Josepa Cucó (1995): *La amistad. Perspectiva antropológica*, Bartzelo-
na, Icaria-Institut Catalá d’Antropologia.
5. David Gilmore (1975): ‘Friendship in Fuenmayor: Patterns of Integra-
tion in a Atomist Society’, *Ethnology* 14/4, 311-24.
6. «Mimoa, maitasuna: atetik sartzen denerako badakizu zer nahi duen,
zer ahal duen».