

*Los locutorios: una aproximación etnográfica al  
uso de las tecnologías de la comunicación entre la  
población inmigrada del barrio de Sagrada  
Familia de Barcelona*

*Autora: Betsabé Méndez Méndez*

*Tutora: Elisenda Ardèvol*

*Barcelona, 07- I - 06*

## ÍNDICE

### INTRODUCCIÓN

### 1. ASPECTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS

1.1. Objetivos del estudio

1.2. Metodología

1.3. Marco teórico

### 2. LOS LOCUTORIOS, ESCENARIOS, PERSONAJES TICS Y SIGNIFICADOS

2.1. La inmigración en Barcelona

2.2. Los locutorios

2.3. Los empleados

2.4. Los usuarios

2.5. Los usuarios

### 3. USO DE LAS TECNOLOGÍAS

3.1. Conocimiento y aprendizaje en el uso de las tecnologías

3.2. ¿ Con qué frecuencia se visitan los locutorios?

3.3. Relaciones en los locutorios

### 4. PAPEL DE LAS TECNOLOGÍAS EN LA IDENTIDAD / DE LOS INMIGRANTES

4.1. La relación con los países de origen

4.2. La relación con la sociedad de acogida

### 5. CONCLUSIONES

### BIBLIOGRAFÍA

### ANEXOS

## INTRODUCCIÓN

En los años ochenta, cuando llegué por primera vez a Barcelona, procedente de Colombia, tras una primera estancia en París, llamaba la atención que aquí la diversidad étnica y cultural no era tan marcada como en esa y otras ciudades europeas. La heterogeneidad estaba configurada más por inmigrantes de otras comunidades españolas que por personas o colectividades de otros continentes u otras etnias. No obstante, se encontraban pequeños grupos de inmigrantes generalmente latinoamericanos que habían llegado en calidad de exiliados o como estudiantes de postgrado. En ese entonces, las cabinas telefónicas “manipuladas” se convirtieron en uno de los espacios más apreciados por lo latinoamericanos, pues además de facilitar la comunicación con sus países de origen, posibilitaban el encuentro y la solidaridad entre ellos.

A finales de la década de los noventa, cuando – por múltiples razones - el flujo migratorio se incrementó a gran escala, se empezaron a producir cambios en el paisaje urbano: se abrieron tiendas de alimentos donde se venden productos de los países de origen, restaurantes, peluquerías, tiendas de ropa, panaderías y sitios de esparcimiento que se especializaron en satisfacer las necesidades propias de cada una de las culturas de procedencia de los inmigrantes. Dentro de esta gran gama de mecanismos que posibilitan conservar los vínculos con los países de origen y sus costumbres, surgieron los locutorios que, con nuevas tecnologías, sustituyeron el papel que jugaron las cabinas telefónicas durante la década anterior.

Los locutorios son espacios que ofrecen a bajo costo, servicios de comunicaciones a través de la telefonía y el Internet; la mayor parte de sus usuarios, generalmente son extranjeros que acuden allí para comunicarse con sus familiares y amigos, así como para consultar noticias de sus propios países. La aparición de esta nueva oferta tecnológica, sumada a la experiencia propia vivida en la década de los ochenta, es la que me ha hecho mirar este fenómeno como objeto de estudio para el trabajo de final de carrera.

Mi intención era conocer más de cerca esa realidad a partir de una aproximación etnográfica, esto es a partir de visitar estos espacios de comunicación. Para ello me propuse elegir dos o tres locutorios de los muchos que se encuentran en la zona de la Sagrada Familia, barrio que conozco bien y que ha experimentado un aumento de la

población recientemente llegada. Mi interés era preguntarme sobre el papel que juegan actualmente los locutorios en el mantenimiento de la identidad de las personas inmigrantes que allí acuden, ver cómo utilizan estas nuevas tecnologías y qué papel juegan en sus vidas. Para intentar entender el mundo de los locutorios he intentado responder algunas preguntas como: ¿quienes son las personas que los frecuentan ? ¿qué conocimiento previo tienen para hacer uso de estas herramientas tecnológicas: el ordenador, Internet o la Web-cam- ? ¿Tenían fácil acceso a éstas en sus países de origen? Pero además... ¿qué valor y significado tienen estos espacios para la vida cotidiana de los inmigrantes.?.¿ Son acaso un recurso que facilita su integración social y cultural o mas bien un medio que les permite continuar viviendo “allá” o les posibilita obtener el ánimo, la fortaleza y la capacidad suficiente para continuar viviendo “acá”?.

Con el ánimo de despejar estos interrogantes, durante dos meses realice un estudio en dos locutorios del Barrio Sagrada Familia de Barcelona, cuyos resultados se presentan en este documento.

### **España: un País de acogida**

El paisaje multicultural que se observa, en la última década, en la casi totalidad de las ciudades españolas es fruto de la emergente ola de inmigración extranjera. El fenómeno migratorio se inicia paulatinamente a mediados de los años ochenta del siglo pasado, propiciado principalmente, por la buena cohesión social, estabilidad política y el crecimiento económico. Se produce así, un cambio en el panorama inmigratorio y España pasa de ser un país de migraciones internas y emisor de emigrantes a ser receptor de inmigración. Las razones que provocan las inmigraciones son complejas y tienen relación con una decisión individual, un proceso familiar y por un contexto económico, social y político del país emisor. Pero además, las últimas migraciones, están condicionados por la globalización de los procesos económicos. Según Piero, (1979) en Malgesini y Giménez, (2000: 242), “las migraciones no se generan por los factores de expulsión en los países emisores, sino por los factores de atracción en los receptores, quienes experimentan una necesidad crónica e inevitable de trabajadores de origen extranjero”. Sin embargo haciendo una mirada hacía los países de origen de gran parte de la población extranjera que hoy hay en España, se puede decir que se conjugan

los dos aspectos; la atracción de los países receptores, por su privilegiada situación y en los países emisores, y la situación en desventaja – económica y social- que redundan en un empobrecimiento de las condiciones y calidad de vida de sus habitantes. Esto hace suponer que la motivación principal de las personas inmigrantes es la mejora en su situación económica y por ende en su bienestar y calidad de vida.

### **Los locutorios: ¿espacios de identidad?**

Paralelo a estos movimientos migratorios se produce también el despliegue de las nuevas tecnologías que viene a ejercer un papel relevante para los flujos migratorios que se producen a nivel mundial. Castells<sup>1</sup>, (2000) equipara la dimensión histórica que se produjo en la civilización griega con la aparición del alfabeto, el cual hizo posible, entre otras el desarrollo de la filosofía y de las ciencias occidentales, con la transformación tecnológica que se produce 2.700 años más tarde, cuando se logra unir varios modos de comunicación en una red interactiva, haciendo posible una comunicación que integra las modalidades de escritura oral y audiovisual de la comunicación humana y que se les denomina las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs). Éstas y concretamente Internet es el elemento más revolucionario, es un medio de comunicación, de interacción y de organización social sin límites de tiempo ni espacio. El uso de Internet ha hecho posible establecer otras formas de comunicación en la sociedad, la cual las ha ido adaptando e integrando en su vida cotidiana de acuerdo a sus necesidades. Es de esta manera como para una gran mayoría de población inmigrante el uso de las TICs se ha convertido en un medio, un instrumento valioso para el contacto y la interacción con sus entornos sociales, culturales y económicos de su país de origen.

Cuando una persona llega a un país extranjero en busca de mejores oportunidades de trabajo, lo primero que hace generalmente es comunicarse con su familia, pues suele viajar un solo miembro de ella, para luego, si el dinero y el trabajo lo permiten, paulatinamente conseguirá el reagrupamiento familiar. El lugar a dónde suele acudir son los locutorios, establecimientos que ofertan el uso de las TICs, y desde donde llamar por teléfono, o consultar Internet, es más barato. Éstos han proliferado a la par con el aumento de inmigración, dada la gran demanda de los servicios que prestan y además porque son un potencial de negocio y de trabajo autónomos, así como de empleo para los inmigrantes, por ésta razón suelen instalarse, y de hecho existe una mayor

---

<sup>1</sup> Cap 5, vol 2: 380

proliferación de estos establecimientos en los barrios dónde se concentra mayor población inmigrante reciente. Estos establecimientos entendidos como espacios de comunicación son los que además le facilita el encuentro con compatriotas, y muchas veces, encontrar trabajo y vivienda a través de los avisos de las carteleras o del boca a boca.

De igual manera se intuye que estos espacios, juegan un papel relevante en ese primer encuentro del extranjero con la sociedad receptora, que en principio le es desconocida. Aquí se da el primer paso de un proceso, a veces “doloroso”, que se inicia paulatinamente hacía una adaptación e integración del país de acogida. Un colectivo intercultural de Terrassa ( 2004:5) dibuja así una parte de este proceso: “No olvidemos que la persona que ha emigrado está fuera de lugar, pierde su sitio, se queda sin autoridad; ha perdido su lengua materna, su familia, su comida, su paisaje (luz, olores, clima), sus amigos. Para que “los otros le reconozcan tendrá que empezar de nuevo”

Así pues, los locutorios junto con los servicios que ofertan, principalmente las TICs se constituyen en el punto de referencia de los inmigrantes para empezar a “vivir y actuar a la vez aquí y allá”, otorgando de esta manera un carácter transnacional el cual es definido por Blasch, Glick y Santón Blanc en (Jiménez (2003:20) como “los procesos a través de los cuales los inmigrantes forjan y mantienen múltiples relaciones sociales entrelazadas, que unen sus sociedades de origen y las sociedades de asentamiento”. Los locutorios son los espacios físicos donde no sólo se producen estas nuevas formas de comunicación y conexión entre países, sino donde también son espacios donde se comparten identidades ( de sus países de origen) y donde sino explícitamente, si implícitamente se comparte un sentimiento de solidaridad en el encuentro entre otras personas que tienen necesidades, vivencias y expectativas en común. Porque se les reconoce como poseedores de un propósito designado y destinado al uso de ciertas personas. Por lo tanto, los elementos de análisis que se van a considerar en este trabajo son: los locutorios, las personas que los frecuentan, el uso que hacen de las TICs y como las han ido integrando a sus necesidades y el papel que ejercen éstas junto con los locutorios para mantener su identidad y facilitar la integración al nuevo país.

La condición de inmigrante conlleva a una posición ambigua de identidad que juega permanentemente con los valores y el bagaje de toda su historia de vida adquiridos en la sociedad de origen y los valores dominantes en la sociedad de destino.

## 2. ASPECTOS TEORICOS Y METODOLÓGICOS

### 2.1. objetivos del estudio

El objetivo que se plantea en este estudio es: analizar el papel que tienen los locutorios en la comunicación y en el uso de las Tecnologías de la información y de la comunicación ( TICs) en los procesos de afirmación de identidad e integración de los inmigrantes, mediante una aproximación etnográfica en dos locutorios de Barcelona. Para lo cual se pretende: a) Describir los locutorios como espacios que ofertan nuevas tecnologías de comunicación. b) Caracterizar los inmigrantes que hacen uso de los locutorios. c) Explorar la relación entre los usuarios y las nuevas tecnologías.

d) Caracterizar las relaciones sociales que se generan en el locutorio. e) Establecer el significado que tiene el locutorio el uso del teléfono y las TICs en la vida cotidiana de los inmigrantes.

### 2.2. Metodología

Teniendo en cuenta que la población objetivo del presente estudio son los inmigrantes de diferentes países que frecuentan los locutorios, se determinó trabajar con una muestra significativa de dos locutorios del Barrio Sagrada Familia de Barcelona, en el cual existen aproximadamente unos doce. La bibliografía que se encuentra sobre este tema es escasa, puesto que es un fenómeno nuevo en la ciudad y no ha sido objeto de estudio en profundidad. . Mi intención en estas páginas es señalar la posible importancia que puedan tener estos espacios para la población inmigrante, ahora residente en la ciudad de Barcelona y por otra, a todas aquellas personas del ámbito sociocultural y educativo, así como a las instituciones encargadas de diseñar las políticas de integración pues proporcionará información que permita conocer nuevas fases de las diferentes comunidades que han inmigrado a nuestro país. Me gustaría que el resultado final del estudio pudiese servir para que, mediante el conocimiento de este dispositivo y del servicio que presta, se integrará en nuestra en la ciudad como un servicio que se ofrece a la comunidad en general y no sólo a los inmigrantes y que se tuviese en cuenta en las instituciones socioculturales para divulgar la cultura del lugar de acogida, en este caso Cataluña.

Los criterios que se tuvieron en cuenta para seleccionar la muestra fueron los siguientes:

a) que los administradores o dependientes fueran personas procedentes de dos continentes distintos. b) que éstas personas mostraran una actitud receptiva frente al estudio planteado y facilitaran de esta manera la recolección de la información.

Este último criterio se planteó, considerando el poco tiempo del cual dispongo para la realización del estudio en el marco de un trabajo final de carrera y que la realización de un estudio etnográfico implica la comprensión por parte del investigador de la realidad y la “racionalidad” de los actores. Llegar a este nivel de comprensión, tal como lo plantea Pujadas (1999), requiere empatía y proximidad, lo cual presupone participar de las situaciones sociales, implicarse y convivir.

Definidos los criterios se visitaron 7 locutorios y se descartaron 5 por alguno de los siguientes motivos: a) los administradores/ dependientes hablaban o entendían poco castellano y nada de catalán, b) el nivel de afluencia de usuarios era muy alto, c) la distribución del espacio físico no favorecía la interacción ni la observación.

Terminado este proceso se seleccionaron los locutorios ubicados en la Calle Nápoles # y Calle Roger de Flor # el primero administrado por un hombre de nacionalidad pakistaní y el segundo administrado por una mujer de nacionalidad colombiana. Para preservar la privacidad de los sujetos de estudio, todos los nombres que aparecen a lo largo de este estudio son ficticios, incluidos los nombres de los locutorios estudiados.

Posteriormente y con el fin de avanzar en la construcción de confianza y de establecer las alianzas necesarias, se empezaron a frecuentar los locutorios seleccionados. Y finalmente, ya con el beneplácito de sus administradores/ empleados se inició la recolección de información, utilizando como principales herramientas la observación participante y las entrevistas, las cuales son consideradas por Velasco y Díaz de la Rada (1999), como los dos tipos básicos de producción de información en el trabajo de campo etnográfico.

La observación participante se realizó en cada uno de los locutorios seleccionados, durante un periodo de 30 días, en diferentes horas del día: tarde y noche y en diferentes días de la semana: laborables y festivos. Los parámetros de la observación que se construyeron para el registro en el diario de campo fueron los siguientes:



1. Locutorios: a) espacio físico, b) servicios, c)horarios, d) dependientes/ administradores, e) situaciones
2. Los usuarios servicios que demandan, relaciones que se establecen
3. Uso de las TICs
4. La frecuencia con que visitan los locutorios, y vivencias observadas en él (consultar anexo 1: Protocolo de observación).

Durante este mismo periodo se realizaron siete entrevistas abiertas o semi-estructuradas cuyo guión se centro principalmente en:

1. un relato de vida sobre su lugar de procedencia, formación, tiempo de estancia como inmigrante.
2. el usuario y su relación con los locutorios.
3. las TIC y los usuarios.
4. el significado de los locutorios en la cotidianidad de las personas que lo frecuentan..

(consultar anexo 2: Guión de entrevista)

La duración de las entrevistas fue de aproximadamente una hora, se concertaron con antelación y se fijó como lugar de encuentro el mismo locutorio en horas de menos afluencia de usuarios. A continuación se ilustra las referencias de las personas entrevistadas.

<b>Informante</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>	<b>Procedencia</b>
Nº 1 dependienta	Mujer	25 años	Colombia
Nº 2 dependiente	Hombre	27 años	Pakistan
Nº 3 usuario	Hombre	29 años	Bangladesk
Nº 4 usuaria	Mujer	26 años	Brasil
Nº 5 usuario	Hombre	41 años	Senegal
Nº 6 usuaria	Mujer	50 años	Ecuador
Nº 7 usuaria	Mujer	31 años	Perú.

Con los “informantes” de origen asiático y africano fue complicado realizar la entrevista debido a las dificultades idiomáticas; en una ocasión se realizó en el bar de al lado para facilitar el nivel atención y seguimiento de la conversación y para evitar que se sintieran coaccionados al hablar. Todas las entrevistas fueron grabadas excepto una en que el “informante” se mostró desconfiado, por lo cual decidí apagar el aparato y tomar notas.

### 2.3. Marco teórico

Para situar el tema del estudio tomé como marco referencial el trabajo de Manuel Castells el cual hace una amplia descripción de cómo las nuevas tecnologías se han desarrollado a lo largo de un proceso socio histórico, del impacto que ha causado en las formas tradicionales de la comunicación y la apropiación que de ellas han hecho la amplia variedad de personas adaptándola a sus necesidades e intereses. Dentro de esa gama de usuarios se sitúan los participantes de los últimos movimientos migratorios quienes, en su mayoría acuden a los locutorios para a través de las TICs y del teléfono mantener una constante y viva comunicación con las sociedades de origen. Conocer las causas que han propiciado el incremento de población que emigra hacia España y más concretamente hacia Cataluña, entre otras: la cohesión social, la estabilidad política y el crecimiento económico, junto con los datos proporcionados por estudios estadísticos sobre la procedencia y lugar de ubicación por comunidades y en Barcelona específicamente por distritos permite caracterizar el perfil de clientela que frecuenta los locutorios.

Por otra parte, entender el concepto de identidad es esencial para analizar el papel que tienen los locutorios con el servicio que proporcionan en los procesos de afirmación de la identidad. De igual manera en la adaptación e inserción de las personas inmigrantes en la sociedad de acogida. La identidad definida por Castells<sup>1</sup> (2000:52) como “el proceso mediante el cual un actor social se reconoce a sí mismo y construye el significado en virtud sobre todo de un conjunto de atributos culturales determinados”. Para Maalouf y otros actores este termino resulta complejo pues no puede ser definido en términos de exclusión o marginación del otro, sino de reencuentro con uno mismo. Además no se puede considerar como algo inmutable, invariable, que resiste todos los cambios, sino como un contenido permeable que se renueva y se enriquece con el entorno, pero a la vez mantiene su peculiaridad. La identidad es una construcción marcada por la existencia de una tensión y equilibrio entre un factor de permanencia y un factor de cambio. Para Arroyo (2001) todo cambio cultural no debería ser la pérdida de una tradición originaria como conjunto de costumbres, leyes o visión del mundo, sino la adecuación de una manera de ser a un determinado momento histórico. Razón por lo que el concepto de identidad englobaría estabilidad y dinamismo a la vez. Todas estas ideas permiten captar el valor que adquiere para las personas inmigradas el

---

<sup>1</sup> Cap 1, vol 1: 32, 52

espacio, los locutorios, donde se produce no sólo el encuentro entre paisanos sino que además ofrece la posibilidad de comunicarse, de descubrir otras formas de estar presentes, de mantener los roles en las sociedades de origen. Pero además cabe deducir que éstas son formas que ayudan a entender su nueva situación, a hacerles conscientes de sus diferencias culturales y a sentir que poco a poco se van adaptando e insertando en el nuevo contexto social. No obstante se ha de tener en cuenta que la inmigración no es un bloque homogéneo, que sólo existe como colectividad de manera superficial porque comparte unos determinados valores, y como comenta Samir en El País (2001) la vocación de toda inmigración es fusionarse progresivamente en el tejido sociocultural de la sociedad de acogida.

## **2. LOS LOCUTORIOS: ESCENARIOS, PERSONAJES TICs Y SIGNIFICADOS**

### **2.1. La inmigración en Barcelona**

En el fenómeno migratorio, las grandes ciudades son las zonas que mayor número de inmigrantes atrae por las oportunidades laborales que presenta y es en éstas donde mejor se ve ese amplio mosaico compuesto por una variedad de procedencias idiomáticas, culturales y religiosas.

Barcelona es, según el estudio de: *Análisis de la distribución territorial sobre la inmigración extranjera en la Región Metropolitana en Barcelona ( 2004)*,<sup>1</sup> la segunda área del Estado, después de Madrid, que cumple la función de “puerta de entrada” de gran parte la inmigración, puesto que reúne una serie de características seductoras para los flujos migratorios, tales como la atracción internacional de Barcelona, oportunidades de trabajo, vivienda... que explican en gran parte el incremento de población extranjera durante los últimos cinco años.

Desde el 2001 al 2004 la población extranjera ha aumentado en un 46.46% tomando como referencia un estudio del Ayuntamiento de Barcelona, ( en el que el Departamento de Estadística presenta la cifra de la población extranjera en Barcelona). En el 2001 la población de inmigración extranjera era de 74.019 habitantes, en el 2004 es de 202.489.

---

<sup>1</sup> Presentado en 4º Congreso sobre la inmigración en España

En cuanto a la procedencia, según el estudio realizado sobre el perfil de los extranjeros en Cataluña (2004) el mayor peso de la población recae en este orden: América con mayor predominio de América del Sur con 107.301 personas inmigradas. Europa con predominio de la Unión Europea: 44.483, Asia con predominio de Asia Central: 31.497. África con predominio de África del Norte y Marruecos:19.321.

Del volumen de esta población así como de su procedencia, al observar la distribución por distritos, se constata que en del Eixample, zona donde se sitúan los locutorios objetos del estudio, la población inmigrante ha tenido un incremento notable: 34% con respecto al 17.1% que tenía en el 2001. De este incremento el mayor porcentaje de población se le asigna a la proveniente de América, principalmente de Centro y Sur América, le siguen la Unión Europea, Oriente medio, Sureste Asiático y África Central.

## 2.2. Los locutorios

A continuación se hará una descripción general de los locutorios como espacio físico, para enseguida centrarnos en la caracterización de los dos que se eligieron para el estudio.

Estos establecimientos generalmente no son locales grandes, sus medidas oscilan entre los 50m y 60 metros cuadrados; la distribución del espacio es similar en la mayoría de ellos, con un mostrador a la entrada para el administrador/empleo desde donde se da el servicio y se controla a los usuarios. A lo largo de una de las paredes se ubican las cabinas telefónicas, suelen haber entre tres y seis; en la pared del lado opuesto los compartimentos para seis o siete ordenadores, y como se trata de aprovechar al máximo el espacio, en la pared del fondo instalan uno, dos o tres ordenadores más, de manera que cuando hay usuarios en todos los ordenadores da una sensación de apiñamiento.

Estos establecimientos van adquiriendo su propia identidad según la procedencia del dueño o de las personas que los atienden así por ejemplo si el empleado es Pakistaní hay muchos usuarios procedentes de ese país, ellos al igual que los marroquíes suelen encontrarse y quedarse hablando en la puerta de éstos, como es el caso de una gran mayoría de locutorios de Ciutat Vella. Según una noticia aparecida en El País *“en el Raval el locutorio viene a ser el centro social de cada comunidad, es el lugar donde se concretan citas, se intercambian informaciones sobre el trabajo o la vivienda o se remite el dinero a la familia que llegará de forma puntual y más rápido que una transferencia bancaria”*. (El País, 14 de agosto de 2005). Esto concuerda con las

observaciones realizadas durante mi trabajo de campo. Así, si la persona es de Centroamérica la mayoría de usuarios serán de esa procedencia. Tal como lo confirma la empleada del locutorio *Afimcat Express*:

“Aquí antes que viniera yo, estaba trabajando una mujer de Santo Domingo y aquí venían muchos dominicanos se formaba un alboroto en la puerta hasta que los vecinos se quejaron”. (mujer, 28 años, colombiana, empleada administradora locutorio)

Pero no en todos los locutorios se produce este punto de reunión, aunque es posible que se presente en las zonas donde se concentra una mayor población de inmigración. Pues en los locutorios donde se llevó a cabo el trabajo de campo y concretamente en el *Afiamcat Express*, que las empleas son en su mayoría colombianas, no se observó la afluencia de usuarios caribeños, sí sudamericanos y centroamericanos con predominio de mexicanos.

Entre los servicios que prestan los locutorios están las llamadas telefónicas locales y a larga distancia cuyos precios suelen ser más reducidos en comparación al precio que cuesta llamar desde casa o desde una cabina telefónica.

Ofrecen también conexión a Internet en la que se incluye webcams y auriculares, servicio de fax, fotocopias, recargas telefónicas, venta de tarjetas telefónicas, en algunos locutorios existe además el servicio de envío de dinero a cualquier país, y de venta de productos alimenticios típicos de diferentes países.

En cuanto al horario, abren todos los días del año, generalmente de 10:30 a 23 – 24 horas incluidos sábados y domingos.

### 2.3. El espacios físico

Los dos locutorios ( *Anasti-Telecom* y *Afiamcat Express*) en los que se realizó el estudio tienen las características arriba descritas pero se dan algunas particularidades, así; aunque los dos tienen más o menos las mismas dimensiones, 50 mts<sup>2</sup> aproximadamente, sus formas son diferentes, el locutorio *Afiamcat* es rectangular y estrecho mientras que el locutorio *Anasti* tiene unas dimensiones cuadradas; esta forma del espacio influye en la distribución del mobiliario y posteriormente en las relaciones que en éstos se establecen.

El *Anasti- Telecom* de forma cuadrada tiene una fachada amplia y acristalada, la entrada está en la mitad de ésta. Los ordenadores están colocados a lo largo de una pared a

excepción de uno de ellos que se encuentra en la pared opuesta y a la entrada, a continuación de éste están las 6 cabinas telefónicas. Las paredes y las cabinas están pintadas de blanco pero todas tienen la huella ennegrecida del calor que despiden los ordenadores. Como decoración hay un reloj grande, cuyo marco azul de formas arabescas destaca del resto de cosas, como son una estantería donde hay algunas fundas de teléfonos móviles. Al frente de ésta y colocada en medio de dos cabinas, está la cartelera en la que se cuelgan anuncios referentes a: personas que alquilan o necesitan habitaciones, personas que se ofrecen para trabajar en servicios, alquiler de furgonetas para hacer traslados a pisos o al aeropuerto, abogados que tramitan los papeles, etc. Un característica que se da en este locutorio, a diferencia del otro, es que tiene un carácter más abierto; lo visitan más turistas, se demandan más servicios ( recarga de tarjetas, fax etc) entra y sale gente con frecuencia y muy poca se queda a hablar o a esperar a alguien. Esto puede deberse a la propia distribución del espacio, a que no tiene sillas de espera, y a la ubicación del mismo locutorio, está en una calle transitada por las personas del barrio y también por turistas. (Fotos: consultar anexo 3)

El *Afiamcat- Express* de forma rectangular tiene una fachada estrecha, inmediatamente a la entrada hay cuatro sillas de diferente modelo, a continuación las seis cabinas telefónicas y separado por la puerta de un servicio, un ordenador. En la pared opuesta, a la entrada, está el mostrador del empleado y a continuación se encuentran: una nevera pequeña, cuatro sillas de diferente estilo, y los estrechos compartimentos de cuatro ordenadores que se continúan con otros dos de la pared del fondo. Una parte de la pared esta revestida de madera y la otra pintada de blanco. Como decoración hay dos cuadros de copias de algún paisaje remoto, una estantería de madera y cristal que recuerda una antigua librería de comedor, en las cuales se exhiben bebidas de países latinoamericanos: “colombianas, pony malta, manzana postobón”. Además hay tres relojes que marcan las horas de Rusia, Ecuador y España. No hay cartelera, los avisos se cuelgan de forma improvisada en el tabique de una cabina telefónica. La decoración y el mobiliario de este locutorio llaman la atención porque es muy ecléctica y no guarda una unidad de estilo. En efecto, se pudo constatar con la esposa del dueño que este ambiente se ha ido construyendo poco a poco y a muy bajo costo:

*... un día pase por una calle y me encontré dos sillas y las traje y las puse aquí, así he ido trayendo las otras, la estantería se la regalaron a mi marido.. ( mujer, española, administradora del locutorio)*

La nevera está porque se venden productos latinoamericanos: “arepas” y bebidas frías.

Las “arepas” es un alimento elaborado con harina de maíz tiene forma de crepe y es el acompañante principal de las diferentes comidas, es decir es el pan de una buena parte de la población colombiana. Por lo tanto es un producto muy apreciado y que forma parte de la cultura gastronómica de ese país, pues las hay de muy variadas clases; comerse una arepa acompañada de un buen café te retorna a “allá”, a casa. Por esta razón en más de una ocasión en el locutorio se escucha:

*” ya le trajeron las arepas?”*

*“mijo acuérdesese de llevarle al pelao las arepitas que le encargo”*

*“Deme, unas papitas con una pony malta”*

El hecho de que en este locutorio, a diferencia del anterior, tenga sillas a la entrada, hace que con frecuencia hayan usuarios que se sienten hablar con la dependienta, que consuman algunos de los productos que se venden o que esperen a alguna persona.

Por las anteriores referencias, se puede apreciar cómo tanto el espacio físico como el espacio social están impregnados por la cultura a la que se pertenece; los hábitos, las formas de relación van construyendo igualmente el espacio simbólico; aquél es el sitio que de múltiples maneras, aparte del uso del teléfono e Internet, te trasladan a la tierra natal, bien sea porque se oye hablar con el acento y la variedad lingüística de cada uno de los países, por las formas identitarias de las personas que hace posible reconocerse en el otro, por su manera de relacionarse, en cuanto a la comunicación verbal y no verbal, por las actitudes y gestos, y hasta por los productos que se venden. En este contexto pocas cosas hacen referencia al lugar de acogida, en este caso Barcelona. Sólo las carteleras te recuerdan que físicamente se vive aquí y por lo tanto sus avisos hacen alusión a la vivienda ( principalmente alquiler de habitaciones) al empleo, al asesoramiento jurídico para regularizar la situación, es decir a cómo solucionar una serie de pasos necesarios para acomodarse o adaptarse. Estos tableros de anuncios, entendidos como instrumentos de difusión local son dinámicos; las personas interesadas las consultan y renuevan los avisos con frecuencia. Pero no obstante, se detecta en ellos un vacío en cuanto a la falta de información y divulgación de las cosas que pasan en la ciudad, tales como: celebraciones destacadas de carácter nacional, información de actividades de los centros cívicos, de enseñanza del idioma y en general de todas aquellas actividades que pueden significar una cordial acogida e invitación a conocer y participar de la vida social y cultural de Barcelona o de Cataluña, este sería un primer paso que ayudaría a acercarse al país y cultura de acogida.

## 2.4. Los empleados

Los locutorios no suelen estar administrados directamente por sus dueños. Ellos tienen otro tipo de trabajos. Tal es el caso de los dueños de los dos locutorios objeto de estudio. Uno trabaja en una pizzería y el otro en la construcción. Los empleados son personas con un buen nivel de preparación académica, realizan este trabajo por que no encuentran muchas alternativas, a pesar de su preparación, o porque por horario les permite compatibilizar con sus otras actividades de interés, tal es el caso de los empleados del locutorio

*Afiamcat-Express* los tres son estudiantes de masters o doctorados. Los salarios son bajos, el mayor atractivo que les ofrece este tipo de empleo es la posibilidad de comunicarse con su familia y amigos de sus respectivos países de forma gratuita y la autonomía en cuanto que son ellos los únicos responsables del establecimiento en su jornada laboral. A continuación se presentan los encargados de los dos locutorios con quienes a través de una primera entrevista y posteriormente con charlas informales se pudo constatar algunas de estas impresiones:

El locutorio *Anastí- Telecom* está administrado por Kalid, joven de 28 años de Pakistán, y que trabaja en este lugar desde que vino de su país, el dueño del locutorio también es pakistaní, Kalid refiere que cuando vino no sabía hablar ninguno de los dos idiomas, (catalán, castellano), lo que sabe lo ha ido aprendiendo aquí, sólo, con lo que le hablan los clientes, pues comparte la vivienda con tres personas también de su país. No obstante, además de su lengua habla inglés, idioma que utiliza con frecuencia para comunicarse con los clientes. Tiene estudios universitarios, de administración ( 4 años), vino a los dos años de terminar su carrera, animado por amigos que le dieron referencias de posibilidades de empleo. El trabajo en el locutorio le gusta:

*... aquí bien, hay otros más malos, trabajar en una pizzería es peor.  
...pero trabajo muchas horas, 14 horas, y cobro poco, pero aquí estoy yo sólo, se queda pensativo por un momento y dice: hablo con la gente y cada día hablo con mi familia de Pakistán. - Nuevamente silencio- luego: Pero quiero un trabajo que pueda hacer otras cosas, aquí sólo trabajo (Hombre, 29 años, pakistaní, administrador del locutorio)*

En el locutorio *Afiamcat- Express* la jornada laboral se reparte entre dos mujeres jóvenes procedentes de Colombia. La entrevista se realizó a una de ellas, Karina. Hace la jornada de tarde (de 18 a 23:30). Tiene 25 años, vino de su país hace un año para



hacer un master en rehabilitación de monumentos, es arquitecta. Trabaja en este lugar hace tres meses:

*“podría ser un trabajo más agradable si te sintieras que te pagan bien, pero eso no pasa aquí, esta es la razón principal por la que me voy. Me pagan muy mal y por eso ya dije: no más!, a la dueña le dije que trabajaría hasta el viernes¿ Y qué te dijo? pues que porqué no hasta el domingo?*

*¿ Qué es para ti pagar muy mal?.*

*Pues que trabajo 43 horas a la semana, incluyendo los domingos, entro a trabajar cada día a las 6 de la tarde y los domingo a las 11de la mañana y acabo a las 11:30 de la noche!, y por todo eso cobro 430 € al mes ¡!! la expresión de su cara manifiesta su total malestar. ( mujer, 25 años, colombiana)*

Los y las dependientes se muestran receptivos a las necesidades de los clientes y esto se puede observar aún más cuando no existe la barrera del idioma. En una ocasión la dependienta animó a un cliente a utilizar Internet y le dió todas las indicaciones posibles. Él era un hombre de unos cuarenta años a quien su esposa mandaba a que buscara información sobre alquiler de vivienda por Internet:

*¡Vaya pues! mijo que me han dicho que ahí se encuentra de todo..*

- él insistía que no sabía, con lo cual la dependienta se ofreció a enseñarle.
- Una vez entra en la web, y al poco rato de consultar dice: *eh! Ave María, si aquí hay de todo, lastima no tener tiempo pa´ aprender!*
- 

Por todo lo anterior podemos afirmar que los dependientes son personas claves para el funcionamiento y la dinámica que se desarrolla en los locutorios su nivel de formación, su disposición y capacidad de comunicación, además de su misma condición de persona inmigrante, hace que los usuarios lo vean como una persona referente y capaz de articular información y relaciones entre ellos.

## 2.5. Los usuarios

De los usuarios que frecuentan ambos locutorios se observa un predominio de personas procedentes de Sudamérica, con lo cual se confirman las estadísticas y porcentajes arriba mencionados, en lo referente a la distribución por distritos. En menor escala están los turistas, principalmente en el locutorio Anastí, y finalmente los nativos que también empiezan a frecuentarlos, quizá no ya con las mismas motivaciones, pero sí con el interés de empezar a familiarizarse con el uso de las TICs. y porque también a bajo coste pueden acceder a este servicio. Según un estudio realizado por la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación, ( 2004), la tasa del uso de la Red de

los españoles estaba 4 puntos por debajo del uso que hacían las personas inmigrantes, que era del 34.1%.

Dos situaciones observadas durante el trabajo de campo nos dan cuenta de este hecho.

*... una religiosa entra y pregunta: ¿desde aquí se pueden hacer llamadas?, necesito que me llame a Sevilla. No ud. La puede hacer, ¿ cómo funciona eso y ¿Cuánto vale?.*

*... Una hombre mayor acompañado de una niña de entre 11 y 12 años:*

*- la niña - Ves ya te dije que era fácil, ¿ podemos venir otro día, más tiempo?*

*Hombre al dependiente: ¿cuánto vale una hora?*

En opinión de la dependienta del turno de mañana:

*... desde que yo estoy aquí, dos años, la gente de aquí ahora empieza a venir. Aquí viene una señora mayor, como de 60 años, que vive en ésta misma escalera, ella no sabía nada, yo le enseñé como funcionaba y ahora viene cada mañana a las once, se está una hora y luego se va, no sé que hace... (encargada, mujer, colombiana 27 años)*

En cuanto al género de los usuarios son tanto hombres como mujeres y las edades oscilan entre los 18 y 50 años aproximadamente en ambos locutorios. No obstante en el Anastí suele haber un predominio de gente joven. De la misma manera se establece una diferencia en cuanto a los servicios; las mujeres demandan más el uso del teléfono y la franja de edad es de los 20 a 50 años. Mientras que para los ordenadores son los hombres los que hacen un mayor uso de éste, así por ejemplo, durante el trabajo de campo, en ambos locutorios, se pudo observar con alguna frecuencia que de siete ordenadores ocupados, sólo en una proporción de dos o tres están siendo utilizados por mujeres.

*... si utilizan más el ordenador los hombres, muchos de ellos están estudiando,*

*Ríe... - si eso si es cierto, creo que por eso la jefe prefiere tener aquí mujeres, aquí eh... los hombres para que trabajen no les gustan, porque, bueno, las mujeres a los hombres les llama más la atención, y bueno, sí, la mayoría son hombres. (encargada, 28 años, colombiana)*

En cuanto a la franja de edad que acceden a Internet es similar para ambos, entre los 18 y 30 años, excepcionalmente se encuentra personas que superan esta edad. Esta apreciación, resulta estar en concordancia con los datos que nos ofrece Castells, ( 2000) cuando se refiere a las marcadas desigualdades entre los países en cuanto al acceso a las TICs, en este sentido, la edad es uno de estos factores discriminatorios, así pues en el año 2000 la media de edad de los usuarios de Internet en Estados Unidos era de 36 años, en el Reino Unido y China estaba por debajo de los 30 años. Por otra parte, es

interesante observar que este promedio de edad también corresponde a la franja más alta de la edad de población inmigrante que según un estudio de la Fundación la Caixa, (2002) es de un 29,5% y corresponde a las edades comprendidas entre 25 y 45 años.

En la medida que los locutorios han empezado a formar parte del paisaje urbano y por lo tanto, son establecimientos que al igual que otros, cubren unas necesidades, en este caso en todo lo referente a la gestión y acceso a la comunicación. Sus servicios son demandados generalmente por las personas que viven en las proximidades de estos establecimientos que cuentan con varios tipos de clientela: una fija, la cual corresponde a los usuarios que lo frecuentan casi a diario, otra de usuarios que van con menor regularidad pues suelen acudir también a otros locutorios, y finalmente están los turistas que igualmente tienen necesidad de comunicarse con sus países para compartir las alegrías o vicisitudes propias de los viajeros. Este último caso se hace más evidente en el locutorio *Anastí-Telecom* que está situado en una calle próxima a La Sagrada Familia. Con esta variopinta clientela, durante el trabajo de campo, se podían escuchar una variedad de acentos, que obligaba a agudizar el oído para a través de éste intentar identificar la procedencia de los usuarios y que no siempre era posible acertar.

*... A este locutorio suelen venir muchos argentinos, colombianos, brasileños, italianos, armenios, de Taiwan algunos de Bangladesh y turistas que pasan por aquí, ingleses, japoneses, Ahora vienen de aquí, no mucho, si vienen chicas jóvenes.(encargado, 29 años pakistaní)*

La clientela fija del locutorio *Afiamcat-Express* esta repartida entre: mexicanos, colombianos, paraguayos, chilenos, brasileños, senegaleses, y pakistaníes. En menor número se observa, confirmado por las explicaciones de una de las encargadas, que también acuden senegaleses, rumanos, marroquíes y nigerianos y algunos nativos, catalanes o españoles

Con frecuencia los usuarios van acompañados por amigos del mismo país, lo cual da pie a que compartan las conversaciones, y las imágenes que les llegan de sus interlocutores.

### 3. USO DE LAS TECNOLOGÍAS

#### 3.1. Conocimiento y aprendizaje en el uso de las TICs

Uno de los primeros aspectos que me atrajeron para elegir el actual tema de investigación, era justamente éste. ¿qué conocimiento tenían las personas inmigradas sobre las TICs?, ¿tenían un conocimiento previo? ¿ la necesidad de comunicarse con sus entorno familiar y de amigos incentivó su uso o aprendizaje?. Por consiguiente éstas fueron unas de las preguntas que se incluyeron en las entrevistas y de las cuales se obtienen las siguientes ideas.

En cuanto al uso de las TICs se observan dos variables: 1.) los usuarios que ya utilizaban los ordenadores en sus países y que se corresponde con un mayor estatus: social y económico.

*Sí en mi casa hay ordenadores mi padre sabe mucho de ordenadores, él es profesor de matemáticas, yo también hice varios cursos allá, y también aprendí en la universidad.( hombre, 27 años pakistaní)*

*...yo ya sabía de allá, del college, no muchos ordenadores. ¿locutorios? si, si hay muchos, en capital Dacca y también un poco por ahí, hay locutorios.!(hombre, 29 años, de Bangladesh).*

2) Los usuarios que aquí se han visto en la necesidad de aprender para utilizarlo como un recurso de comunicación con su entorno familiar.

*... antes no porque no tenía y tampoco lo necesitaba, cuando vine aquí yo sólo llamaba por teléfono y desde mi casa, gastaba mucho dinero, entonces mi marido me enseñó a utilizar internet y abrir un correo, para hablar con mis amigos (...).He hecho dos cursos para aprender(...).Tampoco mi familia sabía utilizar los ordenadores. Sólo hasta que yo vine aquí mis papás compraron un ordenador y les enseñó mi hermano.( mujer, 26 años, brasileña)*

*... Aquí me enseñó mi amiga, porque mi sobrino me decía que le enviara mensajes. En realidad, yo había empezado allá en Ecuador, en el trabajo que tenía yo me acuerdo que manejaba el ordenador... Y bueno tampoco es tan difícil, es como una máquina de escribir, pero es que me cansan mucho los ojos. claro que yo prefiero hablar por teléfono. (mujer, 50 años, ecuatoriana)*

*... Cuando vine de Perú no sabía nada de ordenadores, me gustaba manosear, porque me llamaba la atención, pero en ese tiempo no había tantos puestos de Internet, ahora que regresé, hace dos años, vi que habían puesto también muchos locutorios. (mujer, 31 años, peruana)*

*... fui a la escuela, no mucho estudio, pero aprendí en árabe, mis hermanos en francés porque fueron a la escuela que enseñaban francés, pero yo trabajo con 12 años...*

*...no, no, yo no sé, yo quiero pero allá no hay muchos, no tengo allá para hablar. Mi amigo ha mostrado a mi, como habla con su hermano de Dakar que tiene uno y ahora quiere poner un locutorio también allá, mi amigo le está ayudando para comprar otro ordenador.( hombre, 40 años, senegalés)*

Esta variedad de narraciones refleja que el conocimiento previo del uso de los ordenadores está en relación con el nivel sociocultural de los usuarios, con la formación, con la capacidad adquisitiva y con el desarrollo tecnológico del país. Asimismo nos lleva a relacionarlas en parte con la llamada brecha digital, la cual es definida por diferentes autores<sup>1</sup> como la diferencia existente entre el grado de masificación del uso de las TICs entre países. Ésta suele medirse en términos de densidad telefónica, densidad de ordenadores, usuarios de Internet entre otras variables. En este sentido y con datos recogidos en un estudio de Castells,( 2000) se puede hacer un aproximación en términos cuantitativos a esta realidad: los países industrializados, con cerca del 15% de la población del planeta representaban el 88% de los usuarios de Internet. Y en el nivel mundial, el 30% de los usuarios de Internet, tienen titulación universitaria, la proporción aumenta según los países: en México el 67%, Rusia el 55% y en China el 90%. En Latinoamérica, el 90% de los usuarios de Internet provienen de grupos superiores de renta. Con todo esto, no obstante, cabe hacer otra reflexión al respecto y es que los locutorios modifican, en parte, estas generalidades pues al fin y al cabo tanto los usuarios como los empleados inmigrantes, aunque tengan o no formación universitaria, en su nueva situación no tienen extracto social alto, ni un ingreso alto, pero sí tienen acceso con facilidad al teléfono y a las TICs quizá esto se debe al desarrollo tecnológico que tiene España, en comparación a los países de donde provienen la mayoría de usuarios de los locutorios y al bajo costo, tomando como referencia el salario mínimo de aquí, ya que los salarios del total de personas entrevistadas se movían dentro de estos parámetros.

Qué consultan?, esta es otra de las preguntas que me hacia al inicio de la investigación; pues cuando se entra a un locutorio despierta esa curiosidad, ya que te puedes encontrar con un lugar silencioso interrumpido, a veces, por una carcajada de alguien que está frente a la pantalla de un ordenador, vuelve el silencio y nuevamente se interrumpe, esta vez por las voces que se oyen y que provienen de las cabinas telefónicas. Estas

---

<sup>1</sup> Brecha digital, disponible en [http://www.geocities.com/brecha\\_digital/](http://www.geocities.com/brecha_digital/)

sucesivas interrupciones junto a la variedad de acentos que se escuchan crean un ambiente especial, es como ser parte de esa complicidad de la que todos los usuarios parecen entender: aquí se viene a hablar con los amigos y familiares lejanos. Y de hecho cuando se hace una mirada panorámica a todos los monitores es lo que se puede observar: personas escribiendo o consultando el correo, chateando, consultando paginas de empleo, o vivienda. Con menos frecuencia consultando un periódico, de manera que llama la atención cuando los clientes realizan una actividad diferente, tal como elaboración de un trabajo, o sencillamente utilizarlo como entretenimiento para jugar. En consecuencia, se comprueba que el correo electrónico, además del teléfono, se ha convertido en la manera más rápida de comunicarse. Según la Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación, un 34.1% de los extranjeros residentes en España utiliza Internet, este mayor grado de acceso entre los extranjeros se justifica porque permite tener contacto con el país de origen y con familiares y amigos a un coste relativamente bajo y efectivamente rápido. Si se compara con el ya antiguo sistema de cartas, y del que se sirvieron las anteriores oleadas de inmigración, quienes esperaban ansiosos la carta portadora de noticias del lejano país y que suscitaba todo tipo de emociones, aunque el tiempo transcurrido entre el suceso y la llegada de la noticia fuera largo. El uso del correo electrónico, y más concretamente la mensajería instantánea ha reducido este tiempo a minutos, segundos y con ello trascendió la barrera de la distancia física. Además facilitó el envío de material digital como video, fotos, música etc. Y ya para regocijo de los actores en los últimos tiempos se ha generalizado y mejorado el uso de la webcam, ésta abre otras vías de interrelación con una enorme sensación de cercanía, de ver al “otro”al que está “allá”, ya no sólo es una comunicación verbal sino que además puede visionar a su interlocutor, y vivir y expresar de forma simultánea y mutua sus emociones. De esta manera nos lo manifiesta una de las personas entrevistadas cuando explica cómo cambió su experiencia comunicativa al poder sentir la calidez del encuentro, con el hecho de poder ver a sus padres y que ellos la vieran por esa pequeña y sencilla herramienta;

*Cuando yo les regale la cámara a mis papás y nos pudimos ver no podía creerlo, mi mamá estaba llorando de alegría, ella me dice cosas de mi pelo, yo también le digo y nos reímos mucho, papa siempre hace...gesticula, hace muecas (mujer, 26 años, brasileña)*

Así pues, en un locutorio es usual ver, no sólo, las personas escribiendo en un teclado y frente a una pantalla, sino también gesticulando, haciendo carantoñas, haciendo ademanes de despedida con la mano y acompañado de tiernos gestos;

.... *si mamita, si mamita, yo también, adiós, adiós.*( mujer, 26 )

... *chao, chao ,mama, chao, mua...mua,* ( hombre, 19 años brasileño).

Con todo esto surge otras preguntas: ¿Quién les enseña?. ¿Piden ayuda a los empleados?. Según opinión de los mismos la gente no suelen pedirles ayuda para iniciarse en el uso de estas tecnologías, “*parece que les da vergüenza*”, los que la demandan, lo hacen sobre todo porque les interesa saber la conexión de la webcam y las rutinas de las ventanas de conexión. Ahora bien, es frecuente observar dos personas sentadas frente al mismo ordenador en el que uno de ellos hace de consultor y el otro le va indicando que quiere ver o decir, este es el caso de una de las personas entrevistadas, ella es la que busca la información que le piden sus amigas sobre el curso del trámite de sus papeles o sobre los billetes de avión.

*Unas veces vienen mis amigas del Perú al locutorio conmigo y yo les voy buscando los pasajes y ellas van viendo si les va bien por las fechas y el precio, después yo les hago toda la reserva, por que ellas no saben hacerlo (mujer, 31 años, peruana)*

### 3.2 ¿ Con qué frecuencia se visitan los locutorios?

Estos establecimientos, al igual que otros, suelen tener horas de mayor o menor audiencia y está en relación con la coincidencia de horarios de los países de origen, así como con los fines de semana o días festivos, razón que justifica, igualmente, las altas horas en las que se cierran: 11:30. Así por ejemplo se puede encontrar que uno de los días de mayor actividad sea el domingo a partir de las 15 horas hasta el cierre. En esta franja de tiempo es posible encontrar a una gran parte de Latinoamericanos haciendo la “tertulia familiar” vía Internet o telefónicamente. Los días de baja audiencia, según refieren los dependientes, son los viernes y aún los sábados por la noche. Sin embargo se observa un ambiente fluido en el que la gente entra y sale constantemente, las conexiones por Internet se suelen contratar por media hora, pero se terminan alargando a una o hasta tres horas. Esto mismo suele pasar con las llamadas telefónicas, en horas punta y sobretudo en domingo, la duración de las llamadas suele alargarse a más de una hora. En este sentido es frecuente escuchar todo tipo de conversaciones telefónicas,

desde las que llevan una carga afectiva a las que se dan órdenes de lo que debe hacerse ante diversas situaciones. Unas de las más frecuentes son las relacionadas con el tema económico: cuánto dinero han enviado, a quién lo han de dar y cómo lo deben administrar. Ésta gran actividad corrobora, sin duda, cómo con frecuencia se da una continuidad en la participación de la persona inmigrante en la vida del lugar de emigración, hasta el punto de intervenir para organizar, ordenar, tomar decisiones y controlar al grupo familiar y demás personas con las que relaciona en el país de origen, lo cual les permite actualizar su presencia con estas redes sociales.

Otro aspecto a tener en cuenta, es que la frecuencia con la que se acude a los locutorios, también está en relación con el tiempo transcurrido desde su partida y **su inserción** ¿¿ en el país de acogida, así lo comentaba una mujer que lleva viviendo aquí en Catalunya seis años:

*...yo antes venía más a los locutorios para hablar con mis amigos o mi familia, pero desde que conocí a Juan y después que tuve a mi hijo ya no tengo tiempo de llamar, ahora por ahí vengo una vez cada quince días ( mujer, venezolana)*

Quizá esta mujer está más integrada por el hecho de tener una relación que le permite participar más activamente en la cotidianidad de la sociedad catalana y porque ya emocionalmente no lo necesita tanto, cómo podría ser el caso de otra de las personas entrevistada que a través de su relato nos deja palpar una cierta sensación de desasosiego al buscar con frecuencia la comunicación con su comunidad de origen.

*... recién cuando yo vine, cuando vine aquí yo sólo llamaba por teléfono y desde mi casa, gastaba mucho dinero... cuando descubrí los locutorios, yo quería entrar a todos los locutorios que veía ( mujer, 26 años, brasileña)*

Las interacciones interpersonales que se mantienen a través de las TIC forman parte de la cotidianidad de las personas, es otra manera de estar presente en el otro lugar, es una manera de seguir unidos, viviendo vidas paralelas y compartiendo mutuamente las experiencias y opiniones sobre esas dos realidades.

*... yo vengo cada día, cada día, una hora, porque miro el periódico y también hablar con amigos, música y ya está... Sí, con mis amigos hablo cada día, un día uno, otro día otro, ellos me cuentan de allá...allá estar mejor! (hombre, 29 años, de Bangladesh)*



*... Yo desde que estoy aquí, cuatro años, vengo dos o tres veces por semana, los sábados es cuando más me quedo, no vengo siempre al mismo, tengo tres y así voy cambiando, éste me gusta porque es muy tranquilo( mujer, 50 años, ecuatoriana)*

*..Sí yo trabajo toda la semana en una casa, pero yo salgo por la noche y me voy al locutorio ( mujer, 31 años, peruana)*

### 3.3. Relaciones en los locutorios

Con frecuencia se menciona en los medios de comunicación que los locutorios ejercen el papel de sede social para los emigrantes, no obstante, por lo que yo he observado, las relaciones que se establecen son relaciones de conveniencia, de necesidad de intercambiar información sobre vivienda, posibilidades de trabajo; serían relaciones de “lazos débiles”<sup>1</sup>, son útiles para proporcionar información pero que no va más allá de esto. Al menos en los casos estudiados no parece que este elemento sea importante, ya que ninguno de los informantes había establecido ningún tipo de relación significativa en estos lugares:

*Uh, uh, yo aquí he conocido mucha gente de todas partes: de Brasil, Italia, Polonia... No, no son amigos, diría que son conocidos porque nos saludamos y hablamos un ratito, de trabajo o cuando estaba buscando piso para cambiarme pero tampoco les preguntaba mucho porque no me merecía confianza. ( mujer, 50 años, ecuatoriana)*

*Sí, conozco mucha gente de verla, así como tu, aquí viene mucha gente: muchos argentinos, y mucha gente de allá, casi no viene gente de África, conozco de Nigeria y con ellos hablo, pero no mucho. (hombre, 40 años, senegalés)*

En relación con esto se podría pensar que la gente no establece relaciones significativas en los locutorios porque no le interesa hacerlo, pues ellos van a lo que van, a comunicarse con los suyos. Y porque aunque haya elementos comunes que se comparten entre los grupos de personas inmigradas ( experiencia de vivir en otro país, de buscar vivienda, trabajo, etc) también hay otros que las diferencian y que están relacionados con su propia identidad, con el estatus sociocultural y que hace que subyazca una cierta desconfianza para establecer relaciones más personales.

---

<sup>1</sup> Castells (2000) hace referencia a los lazos débiles en relación a la sociabilidad que se establece a través de la red. En La sociedad red, 2000 pag 433.

*“No conozco a nadie de aquí, yo sólo vengo para hablar y nada más, la gente aquí no habla, tu eres la primera persona que me habla aquí”. ( mujer, 26 años, brasileña)*

Otro factor que se podría considerar al respecto es que el distrito del Ensanche derecho, es una zona en la que tradicionalmente ha vivido la población autóctona y que aunque haya aumentado el número de habitantes procedentes de otros países no se detecta una homogenización como la de otros distritos, como por ejemplo Ciutat Vella. Esta reflexión viene suscitada por la respuesta que nos da un usuario que por cercanía de su trabajo frecuenta a diario el locutorio Anastí, pero considera que tiene otro locutorio donde si establece relaciones:

*No, aquí conozco mucha gente que me dicen hola! Pero los domingos por la tarde voy a otro locutorio cerca de la Rambla y allí si están mis amigos (hombre, 29 años, Bangladesh)*

#### **4. EL PAPEL DE LAS TECNOLOGIAS EN LA IDENTIDAD DE LOS INMIGRANTES**

##### **4.1. La relación con los países de origen**

La descripción de los apartados anteriores ya nos permitía conocer hasta que punto las TICs y el teléfono son el eje a través del cual se articulan las relaciones entre las comunidades de personas inmigradas y las sociedades de los lugares de origen. Pero aún se pretendió explorar un aspecto más y es aquél que tiene que ver con los valores y la identidad. Cuando una persona emigra deja tras de sí una parte de su historia, de su identidad que como nos recuerda Maalouf (1999: 20) *“la identidad de las personas está constituida por infinidad de elementos que evidentemente no se limitan a los que figuran en los registros oficiales”*. Las personas se sienten en mayor o menor medida vinculadas a un pueblo, un barrio, a una pandilla de amigos, a un trabajo, incluida la pertenencia a la tradición religiosa, y a la nación. En este proceso de socialización la persona adquiere sus roles, su estatus y reconocimiento social. Cuando la persona decide marcharse, todo esto a la vez que lo deja también lo trae consigo, es el cordón que le sostiene en los dos extremos: lo de allá y lo de aquí. Cuando se aterriza en una sociedad que le es desconocida, en el que se ha de aprender de todo: desde la nueva orientación espacial, como situarse en la nueva ciudad, a comportamientos cotidianos y

códigos sociales, etc. Es evidente que se necesita tener un referente estable, vínculos con su lugar de origen, lazos que se mantienen con mayor o menor intensidad a lo largo del tiempo. y que continuará tejiendo a lo largo de su vida. El significado de estas relaciones lo expresan algunas de las personas entrevistadas, cuando narran su necesidad de mantener una conexión constante con los suyos y que por esta misma razón le asignan días y horas especiales a los encuentros mediante las tecnologías.

*Vengo los sábados y los domingos "para ver" a mi familia y hablar con mis amigos, pero también vengo en la semana, los martes y jueves para llamar a mis papas...*

*Pero yo a veces me sueño que estoy aquí en el locutorio hablando con ellos. Cuando estoy allá en mi casa ( Brasil) a veces me despierto y pienso que estoy soñando.( mujer, 26 años brasileña)*

*Cuando llamo a mi familia siento como una felicidad, es que oírlos me hace sentir muy bien, me tranquiliza, siento que están bien y me entra como una alegría y es lo mismo que cuando voy a escuchar la palabra del Señor. ( mujer, 50 años, ecuatoriana)*

*"Pal a mí hablal com mi familia es...uf mucho si yo no puedo llamar en la semana, poque no hay dinero, me pongo como loco, yo vengo aquí cada día, es mi bar..." (hombre, 40 años, senegalés)*

*"Lo mejor de trabajar aquí es que cada día puedo hablar con mi familia y con mis amigos" (empleado del locutorio, 27 años, pakistani)*

Estos relatos expresan emociones fuertes diferentes sentimientos de apego: "ver a mi familia", "sueño y no me lo creo", "me pongo como loco", "siento como una alegría", y hasta el empleado que le da valor a su trabajo porque puede hablar con su familia. Aunque la inmigración haya sido voluntaria, motivada por lo general para la búsqueda de una mejor situación económica, los afectos, los recuerdos, las tradiciones culturales, los valores etc. permanecen fuertemente arraigados. Es una parte de la vida que en principio no se tiene en la sociedad de acogida, pues como ya se dijo esta ligada a un territorio, a una historia, a unas personas, a sus raíces. Maalouf (1999: 52) describe estas experiencias de la siguiente manera:" *Antes de ser inmigrante se es emigrante; antes de llegar a un país se ha tenido que abandonar otro, y los sentimientos de una persona hacia la tierra que abandona no son nunca simples. Si se va es porque hay cosas que rechaza: la represión, la inseguridad, la pobreza, la falta de horizontes. Pero muchas veces este rechazo esta acompañado por un sentimiento de culpabilidad, hay personas cercanas a las que siente que ha abandonado, una casa en la que ha crecido, y tantos y tantos recuerdos agradables*".

Las TIC y la telefonía ofrecen enormes posibilidades a los inmigrantes pues les facilita mantener relaciones económicas (enviando remesas de dinero) sociales y culturales con las personas cercanas de su país, con lo cual se mantienen presentes en su vida cotidiana favoreciendo la propia estabilidad emocional. Quizá la comunicación es importante tanto para las personas que están allá como para las que están aquí, pero aún lo es más para el que está aquí. Veamos cómo lo expresan dos de las personas entrevistadas:

*“Cada mes le mando a mamita 150€, ella está muy mayorcita, yo la llamo dos veces a la semana, mi hermana me dice que no sienten que esté lejos de tanto que hablamos y les escribo” ( mujer, 50 años, ecuatoriana)*

Además, los eventos de vida cotidiana del entorno social de origen se perciben con una mayor trascendencia, se sobredimensionan las noticias y todo parece ser más importante de lo que es. Por ejemplo, una de las personas entrevistadas que necesita llamar para que le cuenten qué pasa, y aunque para “los de allá” no pasa nada especial pues la vida sigue su curso normal, la persona que ha partido sí percibe cambios notables. La situación afectiva y la percepción de la distancia conlleva a esta sobrevaloración.

*“Yo hablo con mi hermana a veces les digo que porqué no me cuentan que ha pasado y ella me dice, pero si no ha pasado nada, esta todo igual, pero yo necesito contarles si me van a salir los papeles, y si me duele la barriga le digo a mi hermana que le pregunte a mama que me puedo tomar”( mujer, 31 años, peruana)*

Mientras se construyen nuevas formas de relación la necesidad de apoyo afectivo por parte de las personas cercanas del lugar de origen es evidente y se demandan orientaciones para estrategias de supervivencia como el cuidado de la salud, la alimentación, la elección de la vivencia, la situación laboral. Estas prioridades en la comunicación denotan la importancia de seguir manteniendo los roles y el sentido de pertenencia en los espacios sociales de origen.

Desde los años noventa y a partir de que se extendió la comunicación electrónica a todos los ámbitos de la vida, el hogar, el trabajo, los espacios de ocio, la gente fue adaptando el uso de estas tecnologías a las necesidades personales, y por esta razón, las TIC pasaron a ocupar un espacio importante en la cotidianidad. Al comentar con algunos de los informantes la posibilidad de que este medio de comunicación no existiera y nos situáramos en el tiempo de las cartas enviadas a través del correo

tradicional, no alcanzan a imaginarlo, porque la comunicación rápida y frecuente con “sus gentes” es una necesidad prioritaria. Un joven usuario de los locutorios, quien justamente forma parte de las generaciones que han crecido con el uso masivo de estas tecnologías, se manifiesta así:

*“Sin venir aquí cada día yo no podría estar, esto es maravilloso cada día hablo con la mía familia” ( hombre,19 años, brasileño)*

#### 4.2 La relación con la sociedad de acogida

Otro de los aspectos que se estimó interesante explorar a través de las entrevistas fue conocer cómo se sienten y que vínculos han empezado a establecer con las personas que conforman la sociedad de acogida, pues éstos serían los primeros pasos que se darán para iniciar ese curso gradual hacia la inserción y participación activa de la vida social y cultural además de la económica. Todo esto forma parte de la construcción de la identidad que como ya se dijo no se puede considerar como algo inmutable, sino con un contenido permeable que se renueva y se enriquece con el entorno, pero que a la vez mantiene su peculiaridad, tal como opina Arroyo (2001) que los cambios culturales no deberían ser la pérdida de una tradición originaria, sino la adecuación de una manera de ser a un determinado momento histórico. En referencia a esto, a continuación se recogen algunas de las opiniones de los entrevistados:

*Encuentro a faltar la comida de mi casa, las fiestas, aquí hacemos algunas y las celebramos en casa de mi hermano. De la comida de aquí me gusta el arroz. De las fiestas de aquí me gusta celebrar el Año Nuevo. No, no sé que son las fiestas de la Mercé. Yo no tengo tiempo aquí trabajo mucho, abro el colmado a las 9:30 y cierro a las 11:30. Quiero comprar un piso grande aquí. (hombre,29 años, de Bangladesh)*

*Aquí estaría más contenta si me pagarán mejor en este trabajo, claro que lo que más me gustaría es trabajar en lo mío ( restauración de monumentos).De la universidad sólo conozco a una persona de aquí con la que hablo a veces, es que no es fácil. Creo que todavía me falta mucho por conocer, de fiestas sólo voy a fiestas de amigos colombianos y franceses.(encargada, 25 años, colombiana)*

*Ahora me siento más contenta, es que no ha sido “color de rosa”, uno aquí tiene que aprender mucho, ahora ya sé poner mis condiciones, es yo trabajaba en la administración publica. Ahora cómo cuido a esa viejita me gustaría estudiar algo de eso. Ay, pero es que no es fácil porque uno conoce muy pocas cosas de aquí. (mujer,50 años, ecuatoriana).*

De las anteriores opiniones se puede deducir que el principal referente para calificar su experiencia es el tener un trabajo y por ende contar con la estabilidad que éste les puede proporcionar, para a partir de ésta empezar a hacer planes de futuro, de hecho los mencionan. También son conscientes de que conocen y participan poco de la vida social y cultural. Se podría pensar que aún están en la etapa de adaptación y que en la medida que se van sintiendo más seguros y estables emocionalmente podrán empezar a vincularse más a las actividades de la sociedad de recepción, pues en sus planes no mencionan un deseo inminente de retorno a sus países de origen, quizá se confirmaría la opinión de Samir (2001), cuando dice que la vocación de toda inmigración es fusionarse progresivamente en el tejido sociocultural de la sociedad de acogida.

## 5. CONCLUSIONES

Los locutorios son establecimientos que forman parte del reciente paisaje multicultural de buena parte de las ciudades de todo el Estado Español. Con el despliegue de las nuevas tecnologías se han insertado dentro del entramado de cambios que se ha producido con la globalización de la economía mundial, la estabilidad social, el despegue económico de España que pasa a convertirse en un país emisor de emigrantes a receptor de inmigración. Nacen con el propósito de cubrir las demandas de comunicación, relación y punto de encuentro para las recientes olas de inmigración llegadas al país.

En el estudio realizado se constata una mayor implantación de estos establecimientos en las zonas que históricamente ha habido un fuerte incremento de población extranjera y de menos recursos. En consecuencia los locales van adquiriendo su propia identidad según el distrito donde se ubiquen, la procedencia de los empleados o dueños y los usuarios que los frecuentan. Ésta es una de las razones por las que se observan diferencias entre los locutorios del distrito de Ciutat Vella, Sants-Montjuic, etc., en los que los usuarios tienen por costumbre quedarse a hablar dentro o en la puerta de entrada de los mismos, y la que se aprecia en los que se ubican en el Ensanche Derecho, donde tradicionalmente ha vivido población autóctona; allí, estos locales están más distanciados unos de otros, son espacios con una actividad más abierta, en donde el tipo de clientela está compuesta por: un elevado predominio de inmigrantes de procedencia latinoamericana, además de los turistas y de un número creciente de personas nativas y vecinas del establecimiento. Percibiéndose así como un negocio más de los que ofrecen sus servicios en el barrio.

En contraposición a la divulgación de algunos medios de comunicación y a la idea generalizada de que los locutorios son “sedes sociales”, los entrevistados manifestaron no haber establecido relaciones significativas en estos lugares, no obstante alguno de ellos confirmó que acudía semanalmente a otros locutorios donde sí se reúnen con frecuencia varias personas procedentes de su mismo país.

Pero los locutorios no se quedan sólo en espacios físicos, son lugares que adquieren la categoría de transnacionales, en el sentido de que a través del uso de la telefonía y las

Tics las personas inmigradas comienzan a vivir y actuar “aquí y allá”. Se empiezan a desarrollar otras formas de estar presentes y participar en todas las dimensiones, principalmente la social y la económica de vida del país de procedencia.

La pertenencia a estos “dos mundos”, “dos tiempos” y “dos sociedades” de aquí y de allí permite al inmigrante vivir en el país receptor, aunque conectado al lugar de origen. No obstante, una vivencia muy centrada en el país de origen puede llevar al inmigrante a cerrarse y no despertar su receptividad hacia la nueva sociedad de acogida.

De igual forma los locutorios son espacios con un gran valor simbólico, impregnados de una cultura que de diversas maneras les trasladan a su tierra natal, bien sea porque se escucha hablar con múltiples variedades lingüísticas, por las formas identitarias que hace posible reconocerse en el otro, por la comunicación no verbal, por las actitudes y gestos, o incluso por los productos de los países de origen que en ellos se venden. Indudablemente estos son elementos que ayudan en el proceso de adaptación por el refuerzo emocional que supone, por los valores e identidades que se comparten. Pero se corre el riesgo que se les identifique como un grupo homogéneo con una única meta principal; trabajar y mejorar su situación económica, relegando a otros planos las necesidades de participación social y cultural de la sociedad de recepción. De hecho uno de los únicos elementos que se observan en las carteleras de los locutorios que hacen alusión a que se está viviendo “aquí” son el tipo de anuncios que en ellas se exponen, se constata que se intercambia información de primer orden para la supervivencia: “alquilo habitación”, “se hacen traslados”, “se ofrece persona para cuidar a personas” etc. Por lo tanto no se ofrecen informaciones, ni invitaciones que estimulen a que los nuevos residentes se inicien en la participación activa de la vida social, cívica, cultural de la ciudad.

El que exista un mayor porcentaje de personas inmigrantes que utilizan la telefonía internacional, las TICs, y la asiduidad con las que se demandan los servicios de los locutorios y la proliferación de los mismos, ponen de manifiesto que existe una necesidad prioritaria de continuar participando activamente de los roles y en las relaciones cotidianas de la comunidad de origen.

Esa misma necesidad se ha convertido a las personas inmigrantes como consumidores relevantes e impulsores para la promoción y expansión de la telefonía y de las Tics en



sus países de origen, dada la gran actividad que se mantienen a través de ellas con los diversos lugares de origen.

Puesto que una gran mayoría de los usuarios que frecuentan los locutorios llevan viviendo en promedio entre dos y cuatro años, sería recomendable abrir otras líneas de estudio que permitan acercarnos a conocer sus trayectorias de integración en cuanto a estabilidad y satisfacción laboral, vivienda, vínculos afectivos, redes sociales y culturales en las que participan en la sociedad de acogida y por último el balance positivo o no de su condición de persona inmigrada.

Ciertamente por los relatos recogidos en el estudio, se confirma que existen unos definitivos arraigos vinculados a la historia, la geografía, las tradiciones y valores sociales y culturales en cada una de las personas y que subyacen en todo cambio y proyecto de vida que se realice. Sentirse ligados a ellos permite posicionarse de otra manera frente a los cambios. Esto justifica en gran parte la necesidad de que las personas que viven alejados de sus países en calidad de extranjeros, sientan el deseo de mantener una comunicación constante para seguir teniendo el reconocimiento social y afectivo con sus seres allegados, lo que indudablemente fortalece la estabilidad emocional muchas veces necesaria, para afrontar los retos impuestos cuando se vive en una sociedad de costumbres y cultura diferentes a la de origen.

## BIBLIOGRAFÍA.

1. Ajuntament de Barcelona. Informes estadísticos: La població estrangera a Barcelona. Gener 2004.  
<http://www.bcn.es/estadistica/catala/dades/inf/est/pobest/pobest05/pobest05.pdf> {3 de Diciembre de 2005}
2. Álvarez, JM. *Buscarse la vida: análisis transnacional de los procesos migratorios de los menores marroquíes no acompañados en Andalucía*. Ed. Fundación Santa Maria, Madrid, 2003
3. Calvo, C.F; Lara, R.P. [Comunicación](#) en internet: *Estrategias de Marketing y Comunicación Interactivas*. Ed.Paraninfo, Madrid, 2001.
4. Canclini, G.N. *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Ediciones Gedisa, Barcelona, 2004.
5. Castells, M. *La era de la Información, Economía Sociedad y Cultura*. Vol.2. *El poder de la identidad*. Edición Alianza, Madrid, 2000.
6. Castells, M. *Internet y la sociedad en red*. En Lliçó inaugural del programa de doctorat sobre la societat de la informació i del coneixement.  
[http://www.cyberlex.pt/artigos\\_manuel\\_castells.html](http://www.cyberlex.pt/artigos_manuel_castells.html) { 22 de Octubre de 2005}
7. Castells, M. *La cultura de la virtualidad real: la integración de la comunicación electrónica, el fin del desarrollo de masas y el desarrollo de las redes interactivas*. En *La era de la Información*. Vol 1. *La Sociedad red*. Edición Alianza, Madrid, 2000.
8. Cavalcanti, L. *La influencia de las nuevas tecnologías en el retorno de los inmigrantes contemporáneos*. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2004, vol. VIII, núm. 170 (38). <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-170-38.htm> {28 de Noviembre 2005}
9. Carvajal, MM. “*Integración en las inmigrantes latinoamericanas clandestinizadas en Suiza: paradojas y contradicciones*”. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2001, núm. 94 (17).<http://www.ub.es/geocrit/sn-94-17.htm>. { 3-XI- 2005}
10. Col·lectiu Intercultural de Terrassa. “*Proceso de duelo para la persona emigrada*”. En *Revista Multitud*. Octubre, noviembre, diciembre.2004.
11. Comas, d’AD; Pujadas JJ; Roca GJ. *L’etnografia com a pràctica de camp*. En Pujadas JJ. *Etnografia*. Edición UOC, Barcelona,1999.
12. Europa Press, Noviembre, 2004. [www.europapress.es](http://www.europapress.es) [ 26 de Noviembre 2005}
13. Delgado, M. *Diversitat i integració*. Ediciones Empúries, Barcelona, 1998.

14. Diaz, PV; Alvarez, MB; González, CE. España ante la emigración. Fundación “la Caixa”, Colección Estudios Sociales, 2002.  
[http://www.estudis.lacaixa.comunicacions.com/webes/estudis.nsf/wurl/pfes008cos\\_esp](http://www.estudis.lacaixa.comunicacions.com/webes/estudis.nsf/wurl/pfes008cos_esp)
15. Enzensberger, HM. *La gran migración*. Ediciones Anagrama, Barcelona, 1992.
16. e-migrados.net. <http://www.e-migrados.net/1/home.html> { 5 de Noviembre 2005 }
17. Florentino, B; Noguera E; Sales R; Torguet S. *La sociedad de la información Y la diversidad, contexto para repensar la educación en valores*.  
<http://www.campus-oei.org/valores/monografias/monografia05/reflexion01.htm>  
{ 8 de Noviembre de 2005 }
18. González, TM; Abat, GLS; Campón, GJ; Castillo, BL. *Uso de internet por los médicos colegiados de Valencia: Un estudio de viabilidad de la Biblioteca Médica Virtual del Colegio Oficial de Médicos de Valencia*. El profesional de la información, vol 13 nº 2, marzo-abril 2004.
19. Iriarte, M. *El Exilio en la pantalla: internet, exilio, y refugiados*. Atenea Digital num 6 otoño 2004. <http://www.bib.uab.es/pub/athenea/15788646n7a13.pdf>  
{ 24 de Octubre de 2005 }
20. Lewin, TJ. *Cuando el océano ya no es la última frontera: una relación a muy larga distancia a través de las TICs*. Atenea Digital num 6 otoño 2004.  
<http://www.bib.uab.es/pub/athenea/15788646n6a10.pdf> { 25 de Octubre de 2005 }
21. Maalouf A. *Identidades asesinas*. Ediciones Alianza, Madrid, 1999.
22. Malgesini, G; Giménez, C. *Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad*. Ediciones Catarata, Madrid, 2000.
23. Peñaranda, M<sup>a</sup>C; Martínez, LM. *Los locutorios como espacios de integración: reconstruyendo relaciones e identidades*. Congreso español de sociología.  
<http://www.dste.aa.es.es/congresosociología/grupodetrabajo/gt26/Gt26> { 17 de Junio de 2005 }
24. Roca JC; Fullaondo EZ. *Análisis de la distribución territorial de la inmigración extranjera en la Región Metropolitana de Barcelona*. En 4º Congreso sobre la inmigración en España, mesa 9. Nov, 2004.  
[http://www.udg.edu/congres\\_immigracio/ESP/index.htm](http://www.udg.edu/congres_immigracio/ESP/index.htm)
25. Samir, N. *Inmigración y identidad*. El País, 12 de Marzo, 2001. En Asociación Malaga acoge.  
<http://www.malaga.acoge.org> { 10 de Diciembre de 2005 }
26. Tajer, M. *L'ampliació del camp migratori barceloní*. En L'atracció de Barcelona: Migracions del segle XX. L'Avenc. Revista d'Història i Cultura. Nº 277. Febrer, 2003.

27. Velasco, H; Díaz de Rada, A. *La lógica de la investigación etnográfica: Un modelo para etnógrafos de la escuela*. Edición Trotta, Sa, Madrid, 1997.

**ANEXO:1 PROTOCOLO DE OBSERVACIÓN**

<b>DIARIO DE CAMPO</b>
<i>1. REGISTRO DIARIO DE ACTIVIDADES:</i>
<i>2. COMENTARIOS AL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN</i>
<i>3. LOCUTORIOS</i> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ubicación</li><li>- Espacio físico</li><li>- Servicios</li><li>- Horarios:</li><li>- Administradores/ Dependientes</li></ul>
<i>4. REGISTRO DE OBSERVACIONES EN LOS LOCUTORIOS</i> <ul style="list-style-type: none"><li>- Personas que preguntan</li><li>- Servicio que demandan</li><li>- Sobre los productos que se venden:</li><li>- Sobre los avisos de las carteleras: una señora de origen dominicano:</li><li>- Usuarios que piden ayuda</li></ul>
<i>5. USUARIOS QUE FRECUENTAN LOS LOCUTORIOS</i> <ul style="list-style-type: none"><li>- Tipo de consulta en Internet</li><li>- Uso del teléfono</li></ul>
<i>6. USUARIOS QUE FRECUENTAN LOS LOCUTORIOS</i> <ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Locutorio Anasti-Telecom</i></li><li>- <i>Locutorio Afiamcat-Express</i></li></ul>
<i>7. REGISTRO DE SITUACIONES</i>
<i>8. REGISTRO DE ENTREVISTAS: día, hora, relato de la persona.</i>
<i>9. COMENTARIOS DE LECTURAS SOBRE EL TEMA</i>

ANEXO: 2 GUIÓN DE ENTREVISTAS

<i>GUIÓN DE ENTREVISTAS</i>
<i>1. RELATO DE LA VIDA DEL USUARIO : lugar de procedencia, tiempo de su llegada, estudios realizados, trabajos desempeñados.</i>
<i>2. SOBRE EL LOCUTORIO: primer contacto con éstos, acude a uno en concreto, frecuencia con que los visita.</i>
<i>3. RELACIONES E IDENTIDAD : caracterizar las personas que suelen acudir, tipo de relaciones que se establecen</i>
<i>4. EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA: Explorar las relaciones de los usuarios con las nuevas tecnologías.</i>
<i>5. SIGNIFICADO QUE TIENE EL LOCUTORIO EN LA VIDA COTIDIANA DE LOS INMIGRANTES: Frecuencia con la que se comunican, emociones que se manifiestan</i>
<i>6. CÓMO SE SIENTEN EN SU NUEVO ENTORNO: Qué extrañan, qué les gusta de aquí, qué conocen, qué les gustaría hacer, relaciones que se han establecido en Barcelona</i>

ANEXO: 3: FOTOS LOCUTORIOS

LOCUTORIO ANAGASTI-Telecom



**LOCUTORIO AFIAMCAT-Express**

