

El lugar locutorio y el espacio transnacional. Aproximación etnográfica a los flujos de la identidad

(The place of telephone booth and the space transnational. Ethnographic approximation to identity flows)

Gómez Seguel, Andrés¹; Santamaría López, Elsa²
Univ. del País Vasco / Euskal Herriko Unib. Dpto. de Sociología 2.
Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva.
Sarriena s/n. 48940 Leioa
¹agseguel@gmail.com; ²elsa.santamaria@ehu.es

BIBLID [1137-439X (2009), 32; 1061-1077]

Recep.: 06.02.2008
Acep.: 17.03.2009

En el contexto de las transformaciones urbanas generadas por los flujos de inmigración transnacional, los locutorios constituyen escenarios en los que se articulan dimensiones globales con las formas de vida local. La complejidad puesta en marcha por los flujos de migración interviene en este tipo de escenarios, a partir de los cuales las redes de afecto, comunicación, trabajo, solidaridad, etc. adquieren un carácter transnacional.

Palabras Clave: Inmigración transnacional. Locutorios. Espacios urbanos. Flujos de la identidad.

Immigrazio transnazionalen fluxuengatik sorrarazitako hiri-antzaldatzeen testuinguruan, mintzalekuak toki-bizitza formadun osoko dimentsioak egituratzen diren eszenatoki bezala eratzen dira. Migrazio-fluxuengatik abiarazitako konplexutasunak eszenatoki horiek bezalakoetan parte hartzen du, horietatik abiaraziz maitasun-, komunikazio-, lan-, solidaritate-sareak izaera transnazionala hartzen etorri.

Giltza-Hitzak: Immigrazio transnazioanala. Mintzalekuak. Hiri-esparruak. Nortasun-fluxuak.

Dans le contexte des transformations urbaines générées par les flux d'immigration transnationale, les téléboutiques (locutorios) constituent des endroits où les dimensions globales se mêlent aux formes de vie locale. La complexité mise en marche par les flux de migration intervient dans ce type d'endroits, à partir desquels les réseaux de cordialité, de communication, de travail, de solidarité, etc. acquièrent un caractère transnational.

Mots Clé : Immigration transnationale. Téléboutiques (locutorios). Espaces urbains. Flux de l'identité.

INTRODUCCIÓN

En el contexto de las transformaciones urbanas generadas por los flujos de inmigración transnacional, los locutorios constituyen escenarios en los que se articulan dimensiones globales con formas de vida local. La complejidad puesta en marcha por los flujos de migración interviene en este tipo de escenarios, a partir de los cuales las redes de afecto, comunicación, trabajo, solidaridad, etc. adquieren un carácter transnacional. De la misma manera estos escenarios constituyen nuevos puntos de referencia y de sentido en la cartografía urbana local.

Interesados en esta doble dimensión de los locutorios (puntos de conexión global y puntos de referencia local) nos proponemos comprender algunas de las características de la transformación urbana producto de los flujos transnacionales que se muestran en su intensidad y densidad espacial en contextos locales concretos. La forma que tenemos de hacerlo es a través de un estudio etnográfico de locutorios en el barrio de San Francisco de Bilbao¹.

Para contextualizar de forma sintética San Francisco (Bilbao) podemos decir que se trata de un barrio, con todas las dificultades de definición que este concepto implica, donde convergen dos morfologías, una que obedece a un movimiento de *periferización* del espacio, que imagina San Francisco como un *arrabal*, espacio abigarrado y fluido, sin centros y deshornado, y otra, más actual, que se centra en la *modernización* del barrio, orientándolo no hacia el afuera de la ciudad de Bilbao sino hacia su centro, convirtiéndolo en un espacio sobre el que realizar planes de reforma, de rehabilitación, de revitalización, etc. La confluencia de ambas tendencias hace de San Francisco un espacio peculiar. Además se trata de un espacio de gran densidad poblacional en el que coinciden una población joven llegada al barrio recientemente, residentes del barrio “de toda la vida” y una heterogénea población de inmigrantes de procedencia dispar.

Estas dinámicas generales hacen de San Francisco un espacio tensionado, donde operan actualmente fuertes transformaciones que se visibilizan tanto en la dimensión espacial como en la identitaria (Cavia et al., 2006). Esta última caracterizada, como en otras ciudades (Barañano et al., 2006) por la convivencia de las viejas identidades de arrabal con los flujos de identidades de la inmigración transnacional.

En este contexto se sitúa el trabajo etnográfico realizado, que se presenta a continuación con la siguiente estructura. En primer lugar, se identifican los diferen-

1. Este estudio se llevó a cabo en el contexto de una investigación más amplia titulada: *Glocalidad e inmigración transnacional: Las relaciones sociales entre grupos étnicos en el espacio metropolitano (Madrid y Bilbao)* financiada por el Ministerio de Ciencia y Tecnología (MCyT) para el periodo 2003-2006 en la que participan dos equipos compuestos por investigadores de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) del Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva (CEIC/IKI): Beatriz Cavia, Gabriel Gatti, Iñaki Martínez de Albeniz, Silvia Rodríguez, Elsa Santamaría, Andrés G. Seguel y Benjamín Tejerina y de la Universidad Complutense de Madrid: Margarita Barañano, Antonio Álvarez, Alberto Riesco y Carmen Romero, bajo la dirección de Alfonso Pérez-Agote Poveda.

tes locutorios del barrio, con sus especificidades técnicas y materiales, de localización, de regencia, de público que lo frecuenta, etc., estableciendo así una especie de cartografía variopinta de los mismos. Posteriormente, se analizan las dinámicas espaciales y de producción de lugar observadas en los locutorios, principalmente, a través de las múltiples actividades que se (re)producen en los mismos: como el estar, el comerciar, el comunicar, el trabajar, etc. Se trata de acciones y actividades que van generando el efecto de “lugar” antropológico de los locutorios entre los nuevos vecinos, extranjeros algunos, nacionales otros y los vecinos de toda la vida.

Tanto las lógicas como las dinámicas que se producen en los locutorios presentan también una dimensión globalizada. Por ello resultó interesante indagar en la conformación de lo transnacional a partir del flujo comunicativo o la transmisión de información que se produce en los locutorios. Funcionalmente separados del “*continuum*” urbano, pero simbólicamente unidos en el quehacer cotidiano, se identificaron prácticas sociales en los locutorios, que permitieron circunscribir una especial cartografía urbana.

El uso social específico del espacio en los locutorios permitió considerar, como aspectos centrales, tanto el tránsito del inmigrante y su vinculación espacial con un “aquí” espacio inmigrante denotado que se relaciona con uno más global a través de la comunicación que permite el locutorio; como la vinculación imaginada de un “allí”, tránsito que se realiza a través de la comunicación con el “origen” materializándose en una vinculación transnacional.

El locutorio por tanto se desveló como un espacio mediatizador de la situación inmigrante cumpliendo una función simbólica de traslación entre el aquí (local) de la realidad del barrio a la conexión global que tiene como punto de llegada el origen. Y de la misma manera se produce el camino inverso, de la comunicación afectiva con lo originario y/o familiar a la situación del aquí inmigrante definida por el barrio y sus locutorios.

De esta forma el locutorio se va transformando en un “lugar” connotado por la conexión, permitiendo un flujo que juega con lo espacial (dentro/fuera) y con la identidad (inmigrante territorializado/originario transnacional), punto específico y condensado de los cambios transnacionales urbanos en Bilbao.

1. DOBLE EJE ESPACIAL DE LOS LOCUTORIOS: ESPACIOS DE GLOCALIDAD Y PUNTO DE REFERENCIA DEL BARRIO

La consideración de los locutorios como comercios que transforman el espacio urbano nos llevó a concebirlos en un doble eje de referencia:

- Como espacio donde se cruzan lo local y lo global a través de la conexión telefónica, del uso de Internet o de los sistemas financieros, como el envío de dinero de la población inmigrante a sus lugares de procedencia. Visto a partir de este eje, el locutorio vehicula y conecta un ámbito local, el de quien vive y habita en un barrio concreto y localizado, con los sistemas productores de la globalización (informacional y financiera).

- Como escenario que poco a poco se ha transformado en un lugar reconocible en lo cotidiano, un comercio que hasta hace poco tiempo era considerado de exclusividad del mundo inmigrante. Visto desde este eje el locutorio (en su actual formato) ha sintetizado dos tipos de servicio: el de la cabina telefónica y el del ciber-café o ciber-centro. Escenario de conexión al que se suman otras prácticas sociales como el envío de dinero, la venta de productos típicos de ciertos países, etc.

Los locutorios han pasado a constituirse en un punto de referencia en las zonas en las que se localizan y su utilización tanto por parte de inmigrantes como de vecinos más tradicionales, los elevan casi a la categoría de comercios representativos de los barrios.

Por tanto, en gran parte de esta aproximación etnográfica se consideraron a los locutorios como evidencias físicas de una actividad de inmigración transnacional, al mismo tiempo que cabe considerarlos como un *efecto lugar*, es decir, como lugares que aglutinan un conjunto de acciones, actividades y tránsitos del barrio siendo esta acción permanente (del inmigrante o del nativo) la que configura su representación.

1.1. Los locutorios en contexto: recorridos por el barrio de San Francisco (Bilbao)

Tras sucesivos recorridos preestablecidos por las calles del barrio de San Francisco² —entramado que comprende la calle San Francisco, Bilbao La Vieja y Zabala—, identificamos aquellos establecimientos que encajaban en la definición más común de locutorios: “espacios de acceso a las tecnologías (teléfono, Internet, etc.) a bajo coste” (Peñaranda, 2005). Se realizaron observaciones globales en las que se llevaron a cabo recorridos ordenados —y otros no tanto— pero distribuidos de forma equilibrada por el conjunto de zonas que conforman el barrio.

Partimos de la consideración de que se trata de una zona con una concentración elevada de locutorios, siendo, en concreto, la calle San Francisco en la que más locales se registran. Según fuentes del Ayuntamiento de Bilbao y comentarios de los comerciantes del barrio, ya no se dan permisos para instalar locutorios en la zona, debido a una denominada “saturación” de locales de este tipo.

Esta sobre-representación nos permitió llevar a cabo una selección heterogénea y distintiva, previa a la realización de las observaciones en los propios

2. El Barrio de San Francisco (Bilbao) conocido como tal, no dispone de una delimitación espacial y administrativa determinante. En nuestra investigación consideramos barrio San Francisco, a la calle San Francisco y sus alrededores, que comprende Bilbao La Vieja y Zabala. Los tres ámbitos pertenecen a una unidad administrativa más amplia: el Distrito 5 de Bilbao.

locutorios, junto a las cuales también se realizaron entrevistas en profundidad y semiestructuradas a las personas propietarias y/o encargadas de los mismos³.

Se realizaron observaciones *de* los locutorios y *en* los locutorios. Las observaciones a través de recorridos por las zonas del barrio permitieron identificar la cartografía en términos de disposición espacial de los locutorios y las observaciones participantes posteriores, en los locutorios, nos permitieron extraer pautas de observación más específicas referidas a la actividad que se desarrolla en el escenario de los locutorios, en su contexto espacial.

Las observaciones en los locutorios se hicieron en un total de 13 establecimientos⁴, en sus diversas modalidades: locutorios, ciber-centros, ciber-cafés, locales mixtos de servicios de Internet y venta de productos extranjeros, telefonía, etc. La mayoría de los locales se encuentran regentados por personas inmigrantes: marroquíes, del África subsahariana y de Latinoamérica principalmente.

1.2. Las categorías de la investigación y las características de los locutorios

Si bien la observación de los locutorios en el contexto barrial nos ofrecía una imagen de la heterogeneidad y diversidad de estos establecimientos, partíamos de un factor significativo que era: la *procedencia* de los encargados y propietarios de los locutorios. Sobre esta base planteamos una estrategia de selección de los locutorios donde íbamos a realizar las observaciones participantes. Así distinguimos: los locutorios significados como “de aquí” (del barrio) y “de fuera” (1. producto de la gentrificación y 2. producto de la inmigración).

Si embargo, no se encontró ningún establecimiento con los servicios de los locutorios que estuviese regentado por gente más tradicional *del barrio*, lo que coincide con aquellos análisis que presentan al locutorio como producto de la migración transnacional.

Tras esta evidencia, el análisis de los espacios locutorios se circunscribió, principalmente, a las categorías de gentrificación y, principalmente, a la de inmigración. Si bien es cierto que las dos categorías identificatorias corresponden a “de fuera”, la diferencia entre una y otra será el hecho de diferenciar y mostrar como carta de presentación (incluso estética), el hecho (o no) de ser inmigrante, es decir la auto-adscripción a un país o grupo extranjero.

3. Las pautas que guiaron las entrevistas se recogen en torno a tres bloques de temas: A) Historia del locutorio (y de la persona propietaria): origen de la idea, motivos, dificultades, ayudas recibidas, etc. B) Dimensión barrio: el locutorio en el barrio, imagen, visibilidad, relación con otros comercios y vecinos, problemas, etc. y C) Dimensión relacional en el locutorio: relación con el público, prácticas cotidianas de la clientela, etc.

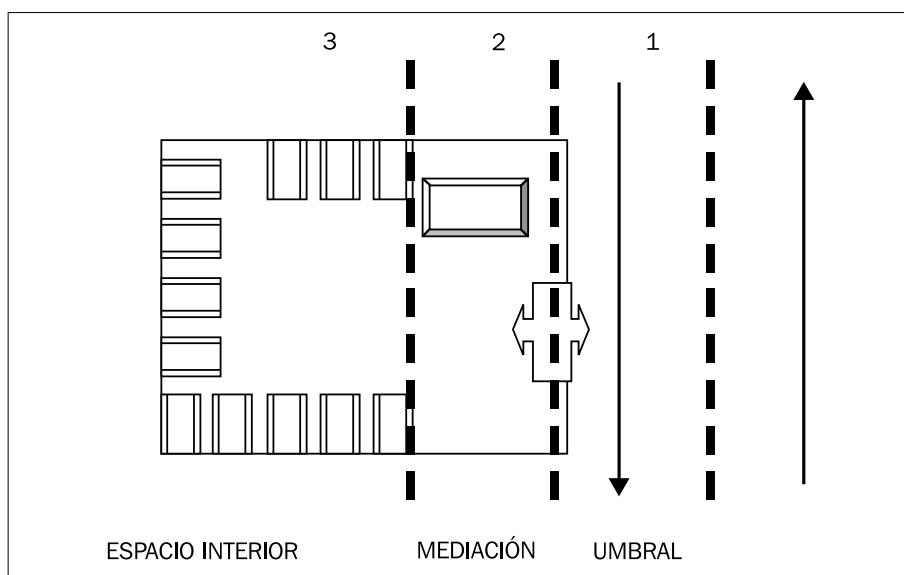
4. No utilizaremos los nombres de los establecimientos, no sólo por mantener el anonimato, sino también porque la mayoría o mantenía el de negocios anteriores o no disponía de ningún nombre.

También consideramos otros aspectos que ejemplifican la heterogeneidad de los establecimientos y que sirvieron a su vez como criterios definitorios, se trata de los servicios ofertados, de los cuales podemos distinguir:

- I. Establecimientos que ofrecen sólo servicios telefónicos. Constan de cabinas individuales para hacer llamadas telefónicas nacionales e internacionales y de un espacio para la espera.
- II. Establecimientos con servicios de Internet y de teléfono-cabina. Constan de cabinas individuales para las llamadas telefónicas y de mesas con ordenadores para las conexiones a Internet o para el uso de programas informáticos, juegos de ordenador, etc.
- III. Establecimientos que ofrecen servicios de comunicación telefónica y de conexión a Internet, junto a toda una gama de productos no sólo relacionados con la telefonía, que van desde productos alimenticios del país de origen de los dueños (frutas, harinas, especias, chuches...), productos de bazar (ropa, bolsos, calzado...), hasta servicios de peluquería (trenzados, tintes...), entre otros.

Por otra parte, tras las observaciones de los locutorios creímos pertinente establecer tres espacios diferenciados, que aunque separados de forma ficticia resultarán efectivos en el análisis de las lógicas que se suceden en los locutorios. Espacios funcionalmente separados pero simbólicamente unidos a través de las prácticas y actividades cotidianas que en ellos se llevan a cabo. Gráficamente esos tres espacios quedan representados en el siguiente locutorio prototipo:

Figura 1. Representación gráfica de diferentes espacios en un locutorio



Los tres espacios señalados en la representación gráfica se explicitan de la siguiente forma:

1. El umbral: hace referencia al espacio compuesto por la calle, acera y parte de la entrada del locutorio, se puede concebir como un espacio de utilización funcional del *lugar* locutorio, para comprar tarjetas prepago, enterarse y poner avisos de trabajo, juntarse con conocidos y amigos.

2. La mediación: espacio que va desde el umbral del locutorio con la calle, hasta la mesa o puesto de atención a los clientes que se encuentra dentro del locutorio⁵. Este espacio se presta al contacto de la persona encargada del locutorio con los clientes y de estos entre sí. Si bien es un espacio de socialidad, se presta en muchas ocasiones como un espacio de mediación, transición, traducción y traslación entre el adentro de las cabinas (relación comunicativa con el origen) y el afuera (estar aquí).

3. Las cabinas: espacio interior del locutorio determinado por la centralidad de un artefacto tecnológico sea el ordenador o el teléfono. Es un espacio en principio sin marcas pero íntimo, donde se produce la relación comunicativa y afectiva con los lugares de origen. Es un espacio de traslación simbólica que genera una virtualización de las relaciones.

Bajo estas delimitaciones topo-funcionales se observaron los momentos y acciones que producen sentido en la utilización del espacio y la conformación de recorridos e imágenes urbanas, con arreglo a las categorías que nos permiten desplegar la transformación espacial en el barrio: el “estar”, el “comerciar”, el “comunicar” y las marcas que conectan con las “evidencias de la identidad”, tanto de lo inmigrante como de lo nativo. Pero previamente, veamos cuáles son las características físicas que presentan los locutorios, lo hacemos a través de la ya mencionada muestra cartográfica.

2. MUESTRA CARTOGRÁFICA DE LOCUTORIOS EN SAN FRANCISCO (BILBAO)

De los cruces de categorías de investigación y de las observaciones realizadas en el barrio, las entrevistas en profundidad y las observaciones participantes, se han podido distinguir cinco tipos de locutorios característicos en el barrio: ciber-centros gentrificados, locutorios especializados, locutorios en precario, locutorios funcionales y locutorios multifunción. Evidentemente esta clasificación no pretende ser representativa tan sólo descriptiva para que nos permita mostrar la heterogeneidad de escenarios que se encuentran bajo la denominación de locutorios. Cada uno de estos lo hemos ejemplificado con la descripción de casos concretos y de situaciones vividas durante el trabajo de campo:

5. Cabe señalar la excepción de los locutorios que obedecen a una lógica más funcional. Suelen ser varios locutorios de un solo dueño en cuyo caso la persona encargada está mucho más aislada, en una cabina o ventanilla que evita mayor contacto con el cliente. Aislamiento propiciado también por las medidas de seguridad que se establecen cuando se trata de lugares en los que se gestiona el envío de dinero.

a) **Ciber-centros gentrificados:** El caso que representa este tipo de espacio es el de un establecimiento regentado por una chica joven, procedente de Italia que durante un tiempo vivió y trabajó en el barrio. Aproximadamente lleva un año con el negocio, para cuya puesta en marcha ha recibido ayudas institucionales de una Agencia municipal de desarrollo local. En su establecimiento ofrece servicios de acceso a Internet principalmente y amplía su actividad hacia temas de informática: venta de dominios, diseño de páginas web, reparaciones de ordenadores, servidores dedicados, etc.

Situado en una zona connotada políticamente, de bares y tascas con muchas referencias a los movimientos políticos, sociales y culturales vinculados a la izquierda vasca, el local se integra con su nombre en euskera y con una estética renovada aunque similar a la del entorno. Se trata de un local antiguo reformado que mantiene la estética de lo envejecido: vigas de madera por fuera, colores naturales, paredes de piedra, etc. A lo que se le suma la presencia de ordenadores nuevos y tecnología puntera: impresoras, scanners, fax, ordenadores portátiles, máquina de recarga automática de teléfonos móviles, *web cams*, etc.

No presenciamos en nuestras observaciones gran afluencia de gente al mismo tiempo, sino más bien se trataba de un goteo continuo de clientes, que además presentaban diferencias entre sí. A media tarde-noche, se concentraban grupos de adolescentes vecinos del barrio, en uno o dos ordenadores, fundamentalmente para chatear y jugar on-line. No se observó casi presencia de personas inmigrantes y según la dueña esporádicamente acudían a utilizar los servicios, por ejemplo, el de *web cam*.

El local, al igual que otros, se integra en el barrio a través de un tablón de anuncios con presencia de carteles, folletos de actividades económicas y culturales del barrio (eventos culturales próximos, servicios como los de lavandería, fotocopistería, etc...). Información que se mezclaba con folletos sobre tecnología informática, operadores móviles y productos tecnológicos de última generación. Los folletos se encontraban también sobre una mesa dispuestos de forma no sólo funcional, sino también estética. Es preciso indicar que no encontramos otro local de similares características en el barrio.

b) **Locutorios especializados:** Podemos caracterizar como locutorio especializado el caso de un locutorio regentado por un chico joven del África subsahariana, de Guinea Bissau. Especializado en el sentido que se anuncia como un locutorio con unos precios bajos y ofertas en llamadas concretas, las que se realicen a África. Los carteles que tiene en el escaparate del establecimiento hacen referencia a ese bajo coste de las llamadas de teléfono a países africanos, dando la sensación de un sitio "especializado en llamadas internacionales al continente africano". También vende productos relacionados con los móviles: cargadores, carátulas, etc. que presenta de manera desordenada hacia la calle junto a una nevera con helados.

En el fondo de la lonja destaca un arcón y alrededor de las paredes se disponían las cabinas de teléfono, unas en funcionamiento otras no, el centro del

local queda libre para poder entrar a las cabinas. No hay referencias materiales explícitas que identifiquen el local con algún lugar o grupo étnico, salvo las ofertas de llamadas a África en el escaparate. Su público es principalmente el que connota el lugar, ya que una de las características destacable de este locutorio es la concentración de chicos senegaleses en la puerta, sobre todo hombres, no se oye hablar español y la actitud es de esparcimiento, cada cierto tiempo entran y hablan con el encargado, incluso en tono confidencial.

Destaca la centralidad ocupada por el chico que atiende tras un escritorio, en la pared y a la altura de su cabeza se podía distinguir una foto de él mismo en el puente de la Merced (uno de los puentes que conectan el Casco Viejo con el barrio de San Francisco) cuyo fondo señalaba la ciudad de Bilbao. El trato entre quienes frecuentan el local es informal y las divisiones espaciales del local no parecen operar demasiado, un ejemplo de ello es el escritorio que sirve de ventanilla para cobrar, en el se sientan los amigos del dependiente, se cobra por delante, etc. es decir no cumple una función de división tajante de roles.

Por otro lado, se ve una continua afluencia de gente de diversas nacionalidades que entran a realizar su llamada, pagan y se van, mujeres latinoamericanas, hombres del este, algún marroquí.

La sensación primera antes de entrar a este locutorio es de impenetrabilidad, con muchos chicos negros en la entrada y sin poder ver lo que pasa dentro, la sensación de espacio cerrado se disipa a medida que se pasa a su interior, para lo cual no se encuentran dificultades. Una vez dentro a una de las investigadoras le ofrecieron atentamente una silla e intentaron conversar con ella, lo que indicaba cierto asombro de que una chica de “aquí” entrara en un lugar como ése, el único punto extraño fue un coche policía que al ver a una chica blanca entre tanto chico extranjero, les hizo reducir la velocidad y retroceder para mirar y comprobar lo que pasaba.

c) **Locutorios en precario:** Este tipo de locutorios responde a espacios pendientes de revisión, provisionales e inconclusos. Es el caso de un locutorio en el que atendían dos chicos jóvenes, ambos de Senegal. La distribución del mismo consta de una hilera de cabinas de teléfono, frente a otra hilera de sillas para esperar, y un mostrador al fondo, donde estaban los chicos. En ese mostrador del fondo se pagaban las llamadas telefónicas y se vendían productos asociados a la industria cultural africana, vídeos y DVDs de diferentes países de África, CDs de grupos Senegaleses en su mayoría. Fundamentalmente se vendían películas y música de grupos pero lo que llamaba la atención eran las cintas de vídeo de un líder religioso musulmán que a decir de los que atendían el local, era muy conocido en Senegal.

La dimensión precaria que señalamos tiene que ver una imagen de provisionalidad del local. Con mobiliario reciclado que necesitaba reformas y con distribuciones igual de momentáneas. La decoración interna del local no tenía marcas de identidad, solo unas baldas con los vídeos y los CDs, calendarios de años pasados y algún póster de grupos o cantantes de Rap.

El escaparate del locutorio estaba lleno de carteles aludiendo a los costes de las llamadas internacionales y a los tipos de tarjetas telefónicas con las que operar y había una clara referencia a los colectivos africanos en la publicidad de las tarjetas de prepago telefónico.

d) **Locutorios funcionales:** Nos referimos al caso de los locutorios que son, en cierta forma, asépticos en lo que respecta a referencias culturales. Normalmente, en ellos únicamente se ofrece el servicio de telefonía y el de envío de dinero. Es el caso de un locutorio regentado por un hombre de procedencia del Magreb –dueño además de varios de los locutorios de la calle San Francisco– que no trabaja al público en el locutorio, tan sólo acude cuando acaba la jornada de trabajo.

La encargada en ese momento del funcionamiento del local, era una chica joven dominicana, que trabaja como empleada. Atiende al público tras una cabina acristalada, lo que limita y dificulta la conversación directa con el cliente. Su labor, que realiza con actividades estandarizadas, consiste en entregar números de turnos para hablar por teléfono en la cabina correspondiente y posteriormente cobrar las llamadas. Otro servicio es la recarga de tarjetas de teléfonos móviles y el envío de dinero.

Se trata de locutorios que repiten en su estética y forma de atención ciertos cánones. Tienen cabinas de madera muy bien confeccionadas con cierres que permiten intimidad, con luz y asiento al interior de las cabinas. Cabe señalar que estos locutorios carecen de sillas fuera de las cabinas y apenas tienen espacio para esperar, las paredes están limpias de carteles. Como ejemplo en uno de ellos encontramos solo dos relojes, con sendos escudos del Club de fútbol Athletic de Bilbao.

Los avisos de trabajo, pisos en alquiler y otros tienen su espacio en tablones ubicados a la entrada del local. El tablón es el único lugar donde surgen ciertas evidencias de identidad con referencias a colectivos concretos: se alquila habitación a chica colombiana, chico boliviano arregla electrodomésticos o la venta directa de carne de cordero con cortes musulmanes o definitivamente avisos en árabe.

Pese a la formalidad del sitio, la recarga del teléfono móvil fue bastante precaria en comparación con la tecnología de otros locutorios. Se apuntaba cada cliente personalmente, la operadora, el número y la cantidad a cargar en una hoja en la que se registraban estas operaciones.

e) **Locutorios multifunción:** Es el caso de los locales que ofrecen servicios telefónicos y también servicios de conexión a Internet, al mismo tiempo que venden productos variados de muchos tipos. Como el que regenta una mujer colombiana, de unos 60 años, que lleva viviendo en San Francisco desde que llegó de Colombia, hace ya unos 20 años. El local tiene un mostrador en la entrada que está abierto al público y está atendido, generalmente, a turnos por dos chicas colombianas.

Frente al mostrador y en la parte intermedia de la lonja hay unas sillas dispuestas como zona de espera, el locutorio cuenta además con un tablón de anuncios donde se pueden leer ofertas de trabajo y algunos servicios ofertados por inmigrantes. Esto es deducible por el tipo de vocabulario utilizado en esos carteles, donde se puede leer: “se hacen fletes”, corregido más tarde con bolígrafo: “se ofrecen transporte de carga”. También se pueden encontrar en el local cervezas y chucherías (plátano frito, *snaks* varios), gaseosas o refrescos de Colombia, Bolivia y otras partes de Sudamérica.

Realizando la observación etnográfica se descubrió además que este local tenía varias funcionalidades. Era el lugar de recados, donde se dejaban paquetes de compras, se facilitaba cierto trueque entre comerciantes ambulantes. Además la parte interior se había convertido en lugar de habitación y prácticamente vivienda para la dueña.

3. DINÁMICAS ESPACIALES Y PRODUCCIÓN DE LUGAR

Interesados en las dinámicas que se producen en los locutorios, atendimos a diversas categorías que nos permiten profundizar de forma contextualizada con la transformación espacial del barrio en estas dinámicas en el barrio de San Francisco. Así, acudir a un locutorio, estar en él, comerciar y trabajar, comunicarse a partir de los medios tecnológicos con los que están equipados, son acciones y actividades que van generando el efecto de “lugar” antropológico de los locutorios.

Como primer punto el “**estar**”, momento en el cual se define un *aquí y ahora* a través de la realización de alguna actividad. Podemos pensar, por lo menos en un primer nivel de análisis, que los locutorios no son lugares donde es posible que se inscriban relaciones sociales duraderas, principalmente porque sus usuarios “parece que pasan y no se quedan”. Pero las observaciones y entrevistas permitieron caracterizar el espacio locutorio, al menos en tres dimensiones de “estar”.

En primer lugar, hablamos específicamente de los locutorios con mayores referencias de identidad, donde la utilización del espacio locutorio es una referencia de lugar con el que identificarse. Desde el más gentrificado, en el que se dan cita amigos de la universidad, gente de Bellas Artes e informáticos que se dan reunión junto a otros en el local; hasta aquellos que en los que la nacionalidad de procedencia es el nexo de unión, el locutorio que lleva un chico de Guinea Bissau, al que le visitan compatriotas; el locutorio cuyo público en lo fundamental es de Senegal; y el locutorio que se ha ido constituyendo en una referencia para vecinos mayores del barrio (recargan sus móviles y compran algún tentempié) e inmigrantes sudamericanos.

En segundo lugar, otra dimensión del “estar” en el espacio locutorio es la que se genera en el afuera del locutorio, en la puerta de entrada del locutorio, prácticamente en la calle; espacio, denominado anteriormente, umbral –véase figura 1–. Para muchos de los locutorios observados, la transformación del espa-

cio público en socialidad es un rasgo clave. El locutorio es utilizado como lugar de encuentro, un referente de socialidad para negocios, para encontrar trabajo, para el trueque y el intercambio de objetos, de información, etc. o simplemente como lugar para quedar con amigos después del trabajo –a partir de las siete de la tarde era cuando mayor afluencia de gente se notaba en el afuera de ciertos locutorios–.

En tercer lugar, se puede indicar también como un espacio de “estar” las cabinas telefónicas, al interior de los locutorios. Estos espacios de comunicación íntima, en principio neutros y sin significación, son utilizados de forma familiar, las posturas para hablar por teléfono son cómodas y las pintadas en las tarimas que sujetan el teléfono o las paredes, presentan un espacio público que se convierte en privado. Es un momento que define un estar imaginario, donde se produce, en muchas ocasiones, una cercanía con los seres queridos poniéndose en juego emociones y sentimientos.

También la categoría-acción de “**comerciar**” despliega interesantes lógicas posibles en los espacios locutorios. Si bien el espacio locutorio está destinado a una actividad comercial, esta actividad desborda la funcionalidad específica de este espacio superponiéndose un conjunto de otras situaciones de negocios que se vertebran en torno a él.

Acciones establecidas de comerciar en los locutorios son los servicios de llamadas en cabina y las conexiones a Internet, la venta de tarjetas de prepago telefónico, el envío de dinero al extranjero, y en algunos casos venta de productos de origen o actividades de peluquería. Al mismo tiempo, muchos locutorios mezclan proveedores de productos conocidos o importados de los lugares de origen con comerciantes ambulantes que dejan sus productos para la venta y que son más esporádicos, pero que conforman auténticas redes de comercio.

Pero el locutorio también opera como un lugar para intercambios no necesariamente relacionados con la actividad comercial del locutorio. Se transforma así en un punto de referencia para intercambiar, para dejar recados de trabajos, para avisar de la venta de cosas tan disímiles como un televisor o cortes de carne de cordero estilo marroquí.

Como hemos podido observar, los locutorios que tienen al frente una persona inmigrante suelen convertirse en un elemento significativo del proyecto migratorio. En algunos casos se trata únicamente de una actividad para ganarse la vida, un simple lugar de trabajo, en otras ocasiones la actividad laboral inevitablemente se mezcla con un servicio de apoyo a sus “compatriotas”, donde se propicia información, contactos, ayuda en caso de necesidad, etc.

Una tercera categoría-acción es la de “**comunicar**”, aspecto definitorio del servicio que da el locutorio y mecanismo habilitador de la migración transnacional. El comunicar adquiere variadas significaciones sociales según su utilidad, objetivos y practicidad.

Las comunicaciones en el espacio locutorio articulan de manera diferente dos componentes: uno tiene que ver con los contenidos y otro con los canales de transmisión. Los contenidos pueden ir desde la información y transmisión de emociones íntimas, personales y familiares hasta situaciones y acontecimientos comunitarios y nacionales. Contenidos de aquí y contenidos de allí, que en su fluir transitan entre ambos polos generando relaciones sociales en ambos lados aquí y allí y construyendo a partir de ese fluir, lo que Basch, Glick Schiller y Szanton han denominado como “espacio social transnacional”⁶. Definido como:

[...] el proceso a través del cual los migrantes forjan y sostienen múltiples relaciones sociales que vinculan a sus sociedades de origen con las de llegada. Llamamos a este proceso transnacional para enfatizar que muchos migrantes construyen campos sociales que cruzan los bordes geográficos, culturales y políticos (Basch et al., 1994: 7).

Los canales de transmisión que posibilitan ese “espacio social transnacional” van desde las tecnologías más elementales como son actualmente el teléfono o el fax hasta las más avanzadas como son Internet y las *web cams*. La incorporación de la tecnología en nuestra vida cotidiana no es un proceso que deje intacta la comunicación, como señala Martín-Barbero “hoy la tecnología no remite a unos aparatos sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras” (2007: 73). La tecnología media en las relaciones sociales y permite que se estructuren y reestructuren continuamente.

Otro canal de transmisión son los idiomas. La utilización de un idioma u otro se aplica a cada contexto comunicativo, pero en el espacio del locutorio es posible que una única persona utilice más de un idioma, por ejemplo, en un momento dado el castellano, en otro el francés y en otro el suahili.

Las formas de articular estos dos elementos contenidos y canales, varían según el espacio y el interlocutor, tal vez lo definitorio de esta situación sea el necesario cuidado en la utilización de los canales y la necesaria traducción de los contenidos, sea por lenguaje, por sentimientos o por contexto. Un ejemplo de ello son los modos fonéticos del habla, utilizados en las cabinas y su necesaria traducción o acondicionamiento una vez que se sale e interactúa con la dependienta para cancelar la llamada.

Se puede señalar que para todos los casos las cabinas respondían a un mismo estándar: el teléfono y un contador de tiempo y dinero, algunas con sillas, otras sin ellas. La mayoría con puerta, aunque algunas con cristal transparente. Pese a que el cristal permite ver el interior de la cabina, dentro de ellas se (re)produce la privacidad respecto al exterior, un exterior público. Las paredes dentro de la cabina suelen ser blancas pero en ellas queda reflejado y representado su uso y esa condición de lugar de privacidad o intimidad: pintadas, mensajes, manchas, señales o signos indescifrables para la siguiente persona que los utiliza.

6. Para posteriores desarrollos sobre el transnacionalismo véase entre otros: Guarnizo y Smith (1999) y Portes (2003).

Como ya se ha comentado, en el locutorio existe un permanente gesto de traducción, desde las situaciones vividas en el aquí traducidas hacia el origen de allí y desde las situaciones que se comunican desde el origen de allí hacia el aquí. Traducción que, en el caso de algunos locutorios, pasa por un momento intermedio –espacio 2 de la figura 1– en el que interviene bien la persona encargada en el locutorio bien una persona anónima o familiar que se tiene al lado mientras espera el turno. Este aspecto fue comentado en más de una ocasión en las entrevistas a las personas encargadas en los locutorios, constatando su presencia en un momento reflexivo del flujo comunicativo transnacional.

4. IDENTIDADES Y EXPRESIONES TRANSNACIONALES

Finalmente se observaron algunos gestos y **evidencias de identidad** que en su mayor parte se mezclan con expresiones de lo transnacional. Son entendidas como marcas, gestos, formas que hacen referencia a un origen o a la construcción de nuevos imaginarios de identificación.

En las puertas y escaparates de los locutorios encontramos señas de lo que pueden ser claros ejercicios de *diseño de la identidad*, a través de los carteles de tarjetas para realizar llamadas telefónicas internacionales. Apelaciones a una identidad predefinida elaborada a través de signos de todo tipo y muy denotados: una chica rubia para anunciar llamadas por Europa, una chica negra para el colectivo africano, tigres de bengala para Asia, lugares emblemáticos como el Machu-Pichu para América del Sur. Así mismo se presentan en diferentes lenguas incluyendo el castellano y el euskera.

Carteles de origen puestos por los que atienden los locutorios o por sus dueños, venta de productos referidos a los países de origen como vídeos, CDs, DVDs, comida, etc. Los más llamativos referidos al fútbol: carteles de la selección de Senegal o Camerún junto a carteles del Athletic Club. También se pueden observar referencias religiosas como los santos y vírgenes en medio de una estantería de “chuches” o la venta de CDs y DVDs de un líder religioso musulmán de Senegal.

El contexto transnacional de la identidad no sólo es visible en los locutorios por los medios de comunicación disponibles. La presencia de la televisión en la mayoría de los locutorios significa casi siempre una conexión con los lugares de origen, bien a través de la conexión por cable o satélite o bien porque en ellas se pueden reproducir películas, video clips y demás productos que son traídos desde los países de procedencia. Esta actividad es un gesto de identidad que genera al mismo tiempo un contexto de socialidad e interculturalidad transnacional ya que los programas no solo los ven las personas originarias del país en cuestión sino toda aquella persona que utiliza el locutorio.

Desde otro punto de vista, presentamos dos casos significativos de locutorios en los que se enlazan las referencias identitarias con las transformaciones espaciales de forma diferenciada:

a) su dueña es una chica joven proveniente de Italia, llevaba trabajando y viviendo en el barrio desde hace 13 años y desde hace 1 año que montó la tienda con servicios de Internet: ordenadores con conexión Internet y *web cams*, venta de material informático y *housing* para empresas. El ciber se puede enmarcar en la lógica de la gentrificación, profesionales jóvenes que desarrollan una iniciativa de negocio con una preocupación estética y una puesta en escena de la alta tecnología. Su público es gente joven del barrio, “de aquí” y “de fuera” aunque con usos diferenciados:

[...] que se comunican con su familia, sudamericanos, africanos, que vienen porque usan el “messenger” con cámara, y se conectan con su familia, luego hay muchos chavalitos. (...) ellos (los chavalitos) lo que hacen es usar el “messenger” y la Web Cam, chatean con otra gente, luego estudiantes, que en esta zona de San Fran hay bastantes, que lo usan para hacer trabajos, para imprimir (E.1).

b) su dueña es una señora colombiana y atienden dos chicas jóvenes colombianas por turnos. Su público es fundamentalmente inmigrante pero cada vez se hace más popular entre la gente mayor del barrio. Su estética es más bien atiborramiento de imágenes y cruce de referencias de identidad, cuenta con cabinas telefónicas, Internet, envío de dinero, fax, recarga de móviles y venta de productos variados desde comida y bebida a ropa.

De todos los colectivos no hay mucha diferencia entran de todo, de Ecuador, de Bolivia, de varios lugares como ves, viene la gente aquí las chicas señoras con niños porque es muy cómodo, se ponen ahí a esperar y conversan, es más cómodo para ellas por los asientos, es amplio —¿y gente de aquí viene?— sí, pero pocos entran a recargar los móviles y algunos a llamar (E.2).

Evidentemente se trata de casos de comercios marcados por el componente inmigrante, pero son dos casos con una resolución espacial diferente. En el primero la referencia identitaria tiene que ver más con lo local, lo gentrificado, mientras que en el segundo, aparecen connotaciones muy fuertes de identidad inmigrante, tanto por su localización —más céntrica—, como por su estética —referencias a países sudamericanos—, así como por la gente que hace uso del local —principalmente inmigrantes que llevan poco tiempo en el barrio—.

5. A MODO DE CONCLUSIÓN: DEL “AQUÍ” AL ORIGEN GLOBAL Y DE LAS EMOCIONES DEL ORIGEN A LA GLOBALIZACIÓN INMIGRANTE

Tras las observaciones realizadas en los locutorios y bajo la perspectiva del tránsito que realiza el inmigrante junto a la utilización del espacio urbano, consideramos que el locutorio aparece como un punto de referencia en el barrio, en cuanto lugar donde se realizan diferentes actividades de comunicación principalmente con el origen o con las redes familiares; así como también la utilización de este espacio como punto de encuentro con amigos y otros inmigrantes de la misma procedencia.

La particularidad a resaltar en esta investigación es que estos nuevos comercios vinculan la existencia del “aquí” inmigrante con un espacio más global al mismo tiempo que, ese espacio más global, se materializa en una conexión con el origen, transformándose esta vinculación en un hecho transnacional. Por ello podemos calificar a los locutorios como espacios mediatizadores de la comunicación inmigrante y espacios singulares de la transformación espacial del barrio considerando que, es un nuevo comercio que no se parece a ningún otro, que da un servicio desaparecido en la historia telefónica y que adquiere una configuración absolutamente diferente de los comercios más tradicionales de la zona.

La transformación urbana en este sentido se va fraguando por la necesidad de ciertos servicios y la percepción que el inmigrante va acuñando de estos espacios. El locutorio como espacio mediatizador de la situación del inmigrante, pasa a ocupar una función de traslación que va del “aquí” local de la realidad del barrio a la “conexión global” que tiene como punto de llegada su origen, la mayoría de las veces marcado por el contexto familiar y afectivo.

Pero también el locutorio es vehículo del camino inverso de la comunicación y percepción del espacio: el de la conexión afectiva con “lo originario” familiar que se traslada a la situación del “aquí inmigrante”. La mayor parte de las conversaciones de inmigrantes con las encargadas de los locutorios tras la llamada a los lugares de origen, evidencian esta función, la de la situación casi terapéutica de contar las penas, las alegrías o lo mucho que se echa en falta a algún ser querido.

En este sentido, la separación que hacíamos de los tres lugares configurados por el espacio de los locutorios: el umbral, la mediación y las cabinas; configuran un solo espacio por el que fluyen informaciones, afectos y objetos constitutivos de un proceso de tránsito, en su doble direccionalidad que va de fuera a dentro como de dentro a fuera.

El locutorio se constituye en un condensador espacial que permite trasladar las comunicaciones de un imaginario transnacional a un aquí territorializado y vice-versa. De esta forma, el locutorio se ha ido configurando como un “lugar”, un lugar connotado por la conexión y de especiales marcas de la identidad transnacional.

BIBLIOGRAFÍA

- APPADURAI, A. *Modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2001.
- ARAMBURU, M. “Los comercios de inmigrantes extranjeros en Barcelona y la recomposición del “inmigrante” como categoría social”. En: *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Universidad de Barcelona, vol. VI, núm. 108, 2002, en: www.ub.es/geocrit/sn/sn-108.htm.
- AUGÉ, M. *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología sobre la modernidad*. Barcelona: Gedisa, 1995.

- BARAÑANO, M.; RIESCO, A.; ROMERO, C.; GARCÍA, J. *Globalización, inmigración transnacional y reestructuración de la región metropolitana de Madrid. Estudio del barrio de Embajadores*. Madrid: Ediciones GPS, 2006.
- CAVIA, B.; GATTI, G.; MARTÍNEZ, I.; ANDRÉS G.S. "Escenarios para la creatividad política. Proyectos juveniles en el barrio San Francisco (Bilbao)". En: *Revista de Estudios de Juventud*. INJUVE, nº 73, 2006.
- DE MORAES, D. (Coord.). *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Gedisa, 2007.
- GARCÉS, A. "Configuraciones espaciales de lo inmigrante: usos y apropiaciones de la ciudad". En: *Papeles del CEIC*, nº 20, 2006, en <http://www.ehu.es/CEIC/pdf/20.pdf>.
- GERARDO ALVARADO, J. "Los unos, los otros y las cosas normales de la vida: una etnografía de locutorios en Barcelona". En: *Athenea Digital*, nº 9, 2006.
- GUARNIZO, L. E.; SMITH, M. M. "Las localizaciones del transnacionalismo". En: MUMMERT, G. (Ed.). *Fronteras Fragmentadas*. México: El Colegio de Michoacán-CIDEM, 1999; pp. 87-112.
- MARTÍN-BARBERO, J. "Técnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo". En: DE MORAES, D. (Coord.). *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Gedisa, 2007; pp. 69-98.
- PAETAU, M. "Space and social order: The challenge of computer-mediated social networks". En: *Journal of Sociocybernetics*. Volume 4, Number 1, 2003; pp. 23-35.
- PEÑARANDA, M.C. "El locutorio como espacio social transnacional: una mirada psicosocial". En: *Athenea Digital*, nº 8, 2005.
- PORTES, A. "Convergencias teóricas y evidencias empíricas en el estudio del transnacionalismo de los inmigrantes". En: *International Migration Review*. Número especial *Transnacional migration: Internacional perspectivas*. Compilado por Peggy Levitt, S. Vervotec y Josh de Wind, 2003.