

Los locutorios como espacios de integración. Un estudio de caso en Palos de la Frontera

Resumen

Este trabajo muestra los resultados de una investigación cualitativa llevada a cabo en varios locutorios de la localidad de Palos de la Frontera (Huelva), con una elevada población inmigrante. Mediante entrevistas semi-estructuradas, se ha investigado el perfil de los usuarios y usuarias de estos establecimientos, así como los servicios y las características de los mismos. El objetivo es conocer si ejercen alguna función adicional como espacios de socialización que contribuya a la integración social de los inmigrantes. Las conclusiones muestran que los locutorios son mucho más que un simple negocio. Son espacios tecnológicos y sociales que transforman los barrios en los que se asientan, mantienen la identidad colectiva de las comunidades a las que sirven y tejen redes, al mismo tiempo intervienen decisivamente en la integración en la comunidad de acogida.

Palabras clave

Locutorios. Espacios de socialización. Inmigración. Integración social de minorías. Metodología cualitativa.

Communication and cyber centers as spaces of integration. Case study in Palos de la Frontera

Abstract

This paper shows the results of a qualitative research carried out in several communication and cyber centers in Palos de la Frontera (Huelva), where there is a high rate of immigrant population. The profile of the users of these establishments as well as the services that they provide and their characteristics are analyzed on semi-structured interviews. The aim is to determine if these establishments play an extra role to contribute to the social integration of immigrants. The findings show that communication and cyber centers are more than simple business. They are technological and social spaces that transform the neighborhoods where they are settled. They maintain the collective identity of the communities, they serve and weave networks, while directly impact on the integration process of the immigrants into the host community.

Keywords

Communication and cyber centers. Spaces of socialization. Immigration. Social integration of minorities. Qualitative Methodology.

Author/Autor

Julio Piedra Cristóbal

Trabajador Social y Mediador Familiar e Intercultural
Trabajador Social de Unidad de Salud Mental Comunitaria (Huelva).
juliopiedra@cgtrabajosocial.es



Los locutorios como espacios de integración. Un estudio de caso en Palos de la Frontera

Introducción. Planteamiento de la cuestión

España es ya un país de acogida de inmigrantes. Los movimientos migratorios han transformado paisajes y actividades. Una de ellas, ampliamente extendida en nuestro país, es la de los locutorios o ciber-locutorios: lugares desde donde realizar llamadas telefónicas, recargas móviles prepago, conectarse a Internet o realizar otras actividades relacionadas con la comunicación.

No hay cifras exactas de este tipo de establecimientos en España, vinculados al llamado “*boom migratorio*” que se vivió en los primeros años del presente siglo. La desaparecida Asociación de Locutorios de Madrid (ASOCELOM) daba una cifra cercana a los 20.000 locutorios (2.500 en la capital y su área de influencia). Un informe de la Comunidad de Madrid (2006) informa de la existencia de 1893 locutorios que realizan una media de 7 transacciones de remesas diarias. Desde el inicio de la crisis económica, un número importante de ellos ha cerrado.

La consideración de los locutorios como negocios que transforman el espacio urbano lleva a concebirlos en un doble eje de referencia (Gómez y Santamaría, 2009):

a) 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 (informativa y financiera).

b) 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 actual 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.

El objetivo de este trabajo es pues mostrar que los locutorios son mucho más que un simple negocio. Son espacios que transforman los barrios en los que se asientan, tejen redes, favorecen la integración, y realizan labores de información sobre los recursos sociales existentes en la localidad. Se ha señalado muy acertadamente que se trata de “espacios que desde hace unos años podemos encontrar en las ciudades del estado español como comercios de finalidad lucrativa que ofrecen principalmente servicios tecnológicos variados (servicio telefónico, venta de tarjetas prepago para usar ese tipo de comunicación, servicio de fotocopia y fax, recarga de móviles, incluso envíos de dinero y paquetería), y pueden parecer a priori enclaves marginales para un/a investigador/a que pretenda dar cuenta de algunos de los procesos que acontecen en nuestra sociedad. Sin embargo, precisamente nuestras ciudades los han visto proliferar como negocios y los mantienen como enclaves de consumo tecnológico orientado a la comunicación a distancia, y en ese sentido, su habitual presencia en el tejido urbano y, por qué no decirlo, sus características de espacios de interacción persona-tecnología en contextos a menudo definidos como «comercios étnicos», los hacen susceptibles de indagar algunas formas actuales de pensar y hacer sociedad” (Martínez *et al.*, 2011, p.251).

Comunicatiton and cyber centers as spaces to integrate. Case study in Palos de la Frontera

Así, el locutorio se transforma en un observatorio social. En primer lugar, nos gustaría hacer una clasificación en función de los servicios que ofrecen (CEIC, 2004):

1. Establecimientos que ofrecen sólo servicios telefónicos. Constan de cabinas individuales para hacer llamadas telefónicas nacionales e internacionales y de un espacio para la espera.
2. 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.
3. Establecimientos que ofrecen servicios de comunicación telefónica y otros complementarios no relacionados con la comunicación (Gómez y Santamaría los denominan "multi-función"). Englobaría una gama de servicios más amplia. Pueden ser desde productos alimenticios del país de origen de los dueños (frutas, harinas, especias, dulces...), productos de bazar (ropa bolsos, calzado...) hasta servicios de peluquería (trenzados, color...), entre otros.

Asimismo, la estructura funcional de los locutorios sigue un patrón similar, que se compone de:

1. Umbral: 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 de llamada, enterarse/dar información y poner/tomar datos de avisos de trabajo, reunirse con conocidos y amigos.

2. 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 locutorio. Este espacio se presta al contacto entre clientes y privilegia la socialización con el empleado o dueño del locutorio. Si bien es un espacio de socialización, es a la vez un espacio de transición, traducción, traslación entre el adentro de las cabinas (relación comunicativa con el origen) y el afuera (estar aquí).

3. Cabinas/Puestos: espacio dominado por la centralidad de un artefacto tecnológico (ya 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, de un modo virtual.

Estos lugares 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", hacia la paulatina adaptación e integración del país de acogida (Méndez Méndez, 2006).

En un sentido positivo, los locutorios pueden ser entendidos como espacios multidimensionales. Una primera dimensión es la tecnológica. Los usuarios de los locutorios utilizan tecnologías como las llamadas telefónicas, las tarjetas de prepago, las conexiones a Internet, los correos electrónicos, las conversaciones con webcam, el envío de dinero y/o documentos, etc. para cubrir esas necesidades de comunicación, para seguir presente y para participar de/en su comunidad de origen. La incorporación de la tecnología en nuestras vidas nos permite incorporar también formas de vida, es decir, formas de ver el mundo, de pensarlo, de relacionarnos y de

Los locutorios como espacios de integración. Un estudio de caso en Palos de la Frontera

actuar. Por lo tanto, el uso y apropiación de tecnologías como el teléfono, Internet, etc. está permitiendo que los/as inmigrantes estructuren y reestructuren sus relaciones sociales. Hace años, la única posibilidad de contacto entre las poblaciones migrantes era la carta, que podía tardar meses en llegar a su destino. En la actualidad, el acceso al teléfono o los correos electrónicos impregnan de velocidad el contacto, convirtiéndolo en algo mucho más frecuente, simultáneo y cotidiano. Algunos ejemplos de apropiaciones de la tecnología por parte de los usuarios de los locutorios son las llamadas telefónicas y las tarjetas telefónicas de prepago. Ambas tecnologías han contribuido, en los últimos años, al descenso en el coste de las llamadas internacionales, descenso que ha posibilitado que el contacto diario se convierta en una realidad. Internet es otro de los grandes mecanismos que relativizan la distancia, además de herramienta para el contacto cotidiano (que algunos autores denominan “*pegamento social*”) (Peñaranda, 2005). Los correos electrónicos superan con creces la velocidad del correo ordinario, y ofrecen un plus muy valioso en estas circunstancias. Las cámaras web y los sistemas de telefonía por voz, por ejemplo, permiten además el poder ver y oír al otro.

Una segunda dimensión es la comunicativa, que en el locutorio es su trazo definitorio por excelencia. 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” (cit. en Gómez y Santamaría, 2009). 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 ha señalado también la importancia de la carga emocional de las interacciones que se producen en los locutorios. Tanto para el inmigrante como para la familia que deja en el país de origen, la posibilidad de mantener una conexión emocional a través de los medios tecnológicos disponibles es fundamental, en tanto que sustituye al contacto físico. Belli y Gil (2011) resaltan que hay una intimidad con el interlocutor que está al otro lado del hilo telefónico o de la pantalla, lo cual permite al usuario del locutorio aislarse, en cierto modo, de aquel contexto. El locutorio ejercería, así, como espacio seguro donde el inmigrante alimenta virtualmente sus vínculos con quienes le importan.

Una tercera dimensión es la canalización de ayudas y servicios informales relacionados con la vivencia migratoria. En los locutorios pueden hallarse informaciones varias mediante carteles:

Communication and cyber centers as spaces to integrate. Case study in Palos de la Frontera

se ofertan trabajos, alquileres de vivienda, información sobre asesorías legales, ofertas de ocio, etc. Estos anuncios diversos ponen en evidencia qué tipos de estrategias o de procedimientos se pueden seguir para moverse y funcionar en la sociedad de acogida. El locutorio posibilita que la información sea accesible, que circule y que uno/a pueda incorporarla en su transitar por la ciudad de manera que los movimientos sean más sencillos, más fáciles y más seguros. Estas informaciones no sólo cuelgan de los carteles del locutorio, sino que también circulan entre las personas que habitan el lugar, y construyen al locutorio como un centro de recursos.

Por último, los locutorios tienen una potente dimensión social como espacios de flujo y permanencia. Permiten tejer redes no sólo se tejen con los lugares de origen (espacios lejanos), sino que también con las personas que transitan habitualmente por los locutorios (residentes en espacios próximos). Aquí encontramos a usuarios/as inmigrantes, con los/as que se puede compartir la “vivencia migratoria” y usuarios/as autóctonos/as, con los/as que se puede establecer arraigos y vínculos con la sociedad de acogida (Peñaranda, 2005). El estar inmerso en una red, puede ayudar a relativizar el desarraigo de la persona así como el extrañamiento que uno/a siente cuando está en un lugar al que, en un principio, no pertenece. La red es la gran potencia de los locutorios, es la que nos remite a la multitud de hebras que define el concepto de transnacionalidad, a la multitud de hebras que surgen de las múltiples relaciones que se establecen en estos espacios, que a su vez se forjan y sustentan de las propias prácticas cotidianas del/la migrante. Estas redes sociales que los/as migrantes ponen en funcionamiento nos permiten ver cómo construyen sus propias movilidades sociales y cómo articulan sus interacciones y rela-

ciones sociales en las sociedades de acogida. En los locutorios encontramos más cosas que meros flujos y/o meros tránsitos. Es en este sentido que, los locutorios pueden entenderse como lugares (en el sentido de lugares antropológicos), es decir, espacios con significado para las gentes que los habitan. En este sentido, nos encontraríamos con un espacio identitario, relacional e histórico. De la mano de las redes que tejemos en el locutorio, éstos invitan no sólo a ser atravesados, sino que también invitan a quedarse y permanecer, porque es un espacio acogedor, un espacio parecido a un hogar, donde uno puede compartir y relativizar la vivencia de la distancia. Los locutorios se articulan, de este modo, como lugares de referencia, como puntos de encuentro y/o reunión donde establecer conexiones. Conexiones que posibilitan formar parte de redes, redes que permiten la vinculación cotidiana y permanente entre las comunidades de origen y de destino. Conexiones y vinculaciones no puntuales y/o transitorias, sino que responden a intereses compartidos por donde discurren los flujos de relación y de información. Los locutorios posibilitan la conexión entre nodos, es decir, entre migrantes, entre los que emergen flujos de personas, de informaciones, de afectos. Estamos hablando entonces de un polo donde se gestionan relaciones, un nuevo espacio que se articula entre dos (o más) países y que posibilita la construcción de nuevas formas de organización social y de relación (como por ejemplo, las familias transnacionales).

2. Metodología

2.1.- Contexto geográfico

Palos de la Frontera pertenece a la comarca metropolitana de Huelva. Forma parte del itine-

Los locutorios como espacios de integración. Un estudio de caso en Palos de la Frontera

rio histórico artístico conocido como los Lugares colombinos. La economía de la ciudad dependió tradicionalmente de las labores del mar, tanto pesqueras como de comercio. Pero debido a la emigración, la flota pesquera y comercial fue desapareciendo casi por completo, con lo que el municipio dejó de lado el mar y terminó orientándose a labores agropecuarias. Desde el último tercio del siglo XX el principal motor económico es el cultivo y recogida del fresón, cuyo destino es fundamentalmente la exportación a otros países de la UE. Este tipo de cultivo necesita gran cantidad de mano de obra. Durante la campaña agrícola, la población extranjera se triplica con respecto a la población en general. Los primeros inmigrantes de origen marroquí (unos 3.000) llegaron a la provincia onubense en las campañas freseras de 1997 y 1998, impulsados en parte por la mejora en las condiciones socioeconómica de la población autóctona. La bonanza de este momento permitía elegir otras opciones de empleo menos sacrificadas. Además, con el tiempo llegaron a ser necesarias hasta 60.000 personas, una cifra difícil de reunir solo con población local (Rodríguez y Breva, 2012).

La población extranjera comunitaria en Palos de la Frontera es en su mayoría de Polonia (44 habitantes), Portugal (30 hab.), Rumania (209 hab.) y Ucrania (74 hab.) La población mayoritaria no comunitaria procede de Marruecos (317 hab.), Mauritania (25 hab.), Argelia (16 hab.), Colombia (23 hab.), Ecuador (105 hab.) Mali (18 hab.).

Otras industrias enclavadas en el término municipal se dedican a actividades como el refinado de petróleo para la producción de combustibles, o el almacenamiento y regasificación de gas natural licuado.

2.2.- Técnica e instrumento

Se trata de una investigación aproximativa de metodología cualitativa, que tiene como propósito comprobar si los locutorios como espacios públicos favorecen la integración de los extranjeros que vienen a la localidad de Palos de la Frontera a trabajar en la campaña agrícola. La muestra es intencional o de conveniencia.

La técnica que se ha utilizado para realizar el estudio ha sido la entrevista semi-estructurada que se le ha realizado a los dependientes de los locutorios: una parte estructurada (en la que se recopilan datos personales: edad, sexo, nacionalidad) y otra parte no estructurada, en la que, a través de preguntas abiertas, se invita o facilita a los informantes a exponer la realidad.

Esta técnica permite al investigador obtener información de forma oral y personalizada. Gira en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando. Para Corbetta (2007) se trata de una conversación provocada por un entrevistador con un número considerable de sujetos elegidos según un plan determinado con una finalidad de tipo cognoscitivo. Siempre está guiada por el entrevistador pero tendrá un esquema flexible no estándar. Nahoum (1985) cree que es más bien un encuentro de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia o da la versión de los hechos, respondiendo a preguntas relacionadas con un problema específico. Taylor y Bodgan (1986) entienden la entrevista como un conjunto de reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y sus informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas.

Communication and cyber centers as spaces to integrate. Case study in Palos de la Frontera

Ruiz Olabuénaga e Ispizúa (1989) proporcionan una serie de aspectos a tomar en consideración durante el desarrollo de la entrevista que, además de actitudes claves como la empatía y la escucha activa y comprensiva, favorecen el proceso de interacción:

1. Se trata de una conversación, no de un interrogatorio judicial o una pesquisa policial improvisada.
2. La conversación no sigue un esquema rígido de desarrollo, razón por la cual es posible (y a veces, deseable) retroceder y retomar temas ya tratados.
3. Aún así no es un intercambio de opiniones natural, espontáneo y libre, sino controlado, sistemático y profesional.
4. La conversación debe ser alimentada continuamente con incentivos que garanticen y fomenten la motivación, el interés y la participación espontánea.
5. La relación entrevistador-entrevistado tiene que ser amistosa, pero no adulatora o servicial, ni autoritaria o paternalista.
6. La amistad de la relación no debe suprimir el carácter profesional de la entrevista.

El instrumento se aplicó a 5 dependientes de locutorios, nuestros informantes. Uno de ellos no pudo finalmente ser entrevistado por falta de tiempo material. El guión de la entrevista constaba de los siguientes indicadores temáticos (véase anexo):

- Datos del locutorio (nombre, fecha de la puesta en marcha, dirección postal...).

- Datos del propietario (nacionalidad).
- Datos del entrevistado (edad, sexo, nacionalidad, nivel de estudios / profesión, experiencia laboral).
- Surgimiento de la idea de negocio.
- Importancia otorgada al contexto a la hora de instalar el locutorio.
- Horario de apertura.
- Servicios ofrecidos, además del acceso telefónico.
- Nº de clientes diarios y sexo.
- Nº de visitas a la semana.
- Períodos de mayor afluencia de clientes.
- Nacionalidades más frecuentes en los clientes.
- Tiempo de uso del locutorio.
- Existencia o no de un uso del locutorio como espacio de socialización (charlas informales al terminar, reuniones en la puerta con otros clientes, etc.)

El lugar donde se han realizado la entrevista ha sido en los mismos locutorios, en un momento del día que favorecía la tranquilidad, comodidad y la privacidad (generalmente a primera hora de la tarde). Cada entrevista tenía una duración de 50 minutos aproximadamente.

Los informantes se mostraron reacios a que la entrevista fuese grabada. Por ello, el sistema de

Los locutorios como espacios de integración. Un estudio de caso en Palos de la Frontera

recogida de información ha sido mediante notas, que eran transcritas en el mismo día para evitar olvidos u omisiones.

3. Resultados

El análisis de la información recogida no ha sido todo lo revelador que se deseaba, ya que algunos informantes no han contestado a muchas preguntas, alegando desconocimiento.

No obstante hemos conseguido reunir algunas pistas interesantes. En relación a la situación de los locutorios dentro de la ciudad, hay que decir que están relativamente próximos entre sí y se caracterizan y suelen estar siempre al lado de una plaza o zona concurrida de paso.

Si relacionamos las variables de país de procedencia y sexo, los informantes refieren más usuarios varones de Senegal, Mali y Marruecos, mientras que Rumania y Polonia son los países de acogida mayoritarios de las usuarias femeninas.

El usuario-tipo procede fundamentalmente, pues de alguno de estos 5 países. La frecuencia de uso está en 2 o 3 visitas semanales de unos 15 minutos de duración cada una. Existe una marcada diferencia de intensidad de uso en función del momento del año. El período de mayor afluencia de clientes se corresponde con la campaña fresera que se extiende de febrero a mayo en todos los locutorios consultados (su número se triplica o cuadruplica en relación a la temporada baja). Asimismo, también se modifican las pautas de uso de los servicios: varios informantes refieren mayor número de visitas e incrementos sustanciales de su duración en este período.

Prácticamente todos los locutorios ofrecen servicios adicionales, siendo los envíos de dinero mediante *Moneygram* y la recarga de móviles los más demandados. La socialización de los clientes entre sí al terminar su sesión también suele ser habitual, aunque no se da en todos los casos. Los informantes señalan la necesidad económica y el espíritu empresarial como motivaciones básicas para abrir el locutorio.

Vemos, por tanto que los locutorios son espacio de referencia para la comunidad inmigrante y se adaptan al ritmo temporal y vital del trabajo agrícola en la localidad de Palos. Dado lo reducido de la muestra, sería interesante y necesario ampliar esta investigación a otras localidades (e incluso a toda la provincia) con el objetivo de obtener datos más representativos.

4. Conclusiones

Los locutorios forman parte hoy de la trama urbana de muchas ciudades y pueblos de España. Son como un certificado de la enorme importancia que tiene la inmigración en nuestro país, pues además de ofrecer servicios, son también una célula de convivencia, un punto de cita y encuentro de inmigrantes.

A los largo de nuestra investigación y de los datos recogidos en las entrevistas se pone de manifiesto que en los locutorios se realizan pluralidad de actividades fundamentales para la comunidad migrante. No solo permiten al usuario mantener un contacto regular con la sociedad emisora (llamadas, recarga y venta de móviles, paquetería, adquisición de complementos, emisión de remesas, acceso a prensa en la lengua del país, posibilidad de acceso a préstamos...) sino que también tie-

Communication and cyber centers as spaces to integrate. Case study in Palos de la Frontera

nen un papel importante en la difusión de información tales como actividades laborales, búsqueda de viviendas, búsquedas de empleo, ocio, noticias, tanto de España como del extranjero (servicios alternativos)

Se ha podido verificar que los locutorios son un espacio que el inmigrante utiliza para su integración desde su llegada, pero también en su totalidad de su estancia. Durante las entrevistas se ha podido constatar como la mayoría de los usuarios del servicio son mujeres de nacionalidades de Polonia y Rumania. También hombres de países de África, en su mayoría de Malí, Senegal y Marruecos. En los locutorios se intercambian lugares de ocio, compras, información relevante para la vida diaria o recomendaciones.

También durante las visitas a los locutorios se ha podido observar como la mayoría se articula como espacio intercultural, donde la pertenencia a una determinada comunidad nacional facilita la convivencia. Los informantes resaltan la importancia del locutorio como punto de encuentro, en el que incluso pueden acceder a servicios adicionales (préstamos personales) si el propietario es de su misma nacionalidad. Ello actualiza y rememora la idea de nación compartida y por ello favorece la protección de la identidad en unas circunstancias especialmente complejas. “Los locutorios están impregnados de imaginarios nacionales: banderas, fotografías de lugares emblemáticos, pósters, productos alimenticios, etc. son algunos de los elementos que están presentes de forma reiterada y que nos informan generalmente del origen del propietario y/o encargado del locutorio, actuando como referentes o representantes metonímicos del país de origen”. (Feliu, Peñaranda-Colera y Gil, 2012, p.212).

Los locutorios han creado también un nuevo modelo de organización familiar, ya que a través de las nuevas tecnologías pueden mantener la relación sin las barreras físicas.

El espacio del locutorio se nos revela como un eje geográfico, espacial y social de primer orden para la comunidad inmigrante.

5. Agradecimientos

- Locutorio COKI.
- Locutorio AHMED.
- Locutorio TAM-TAM.
- Locutorio NOURI III.
- Locutorio SANTA MARÍA.

Los locutorios como espacios de integración. Un estudio de caso en Palos de la Frontera

BIBLIOGRAFÍA

- Belli, S. y Gil Juárez, A. (2011). Llorar delante de una pantalla plana. Emociones compartidas en un locutorio. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 12, 137-150.
- Comité Evangélico para la Inmigración en Cataluña (2004). *Materiales del CEIC para la investigación Glocalidad e inmigración transnacional. Las relaciones sociales entre grupos étnicos en el espacio metropolitano (Bilbao -Madrid)*. Madrid: Ministerio de Ciencia y Tecnología. [En línea]. Disponible en: <http://www.cabuenes.org/06/documentacion/1.2/5-Locutorios.pdf> [Recuperado 01/08/2016]
- Comunidad de Madrid (2006). *Resumen ejecutivo. Remesas*. Consejería de Inmigración. Disponible en: http://www.remesas.org/files/Documento_Presentaci_n_Remesas_DEF.PDF [Recuperado: 01/08/2016]
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación*. Madrid: McGraw Hill – Interamericana.
- Feliu, J., Peñaranda-Cólera, M^a C., y Gil Juárez, A. (2012). Comunidades imaginadas: nacionalismo banal en los locutorios de Barcelona. *AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana*, 7(2), 197-224.
- Gómez Seguel, A. y Santamaría López, E. (2009). El lugar locutorio y el espacio transnacional. Aproximación etnográfica a los flujos de la identidad. *Zainak*, 32, 1061-1077.
- Martínez, L.M^a; Peñaranda-Cólera, M^aC., Vitores, A. e Íñiguez-Rueda, L. (2011). Los locutorios como espacios de integración: las tecnologías de la información y la comunicación en la construcción de redes e identidades. *Psicoperspectivas. Individuo y sociedad*, 10(1), 243-270.
- Méndez Méndez, B. (2006). *Los locutorios: una aproximación etnográfica al uso de las tecnologías de la comunicación entre la población inmigrada del barrio de Sagrada Familia de Barcelona* [Trabajo Fin de Carrera]. Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
- Nahoum, C. (1985). *La entrevista psicológica*. Buenos Aires: Kapelusz.
- Peñaranda-Cólera, M^a C. (2005). El locutorio como espacio social transnacional: una mirada psicosocial. *Athenea Digital*, 8. Disponible en: <http://atheneadigital.net/article/view/n8-pe%C3%B1aranda-2/255-html-es> [Recuperado: 01/08/2016]
- Rodríguez, J. y Breva, J.M. (2012). Asentamientos e inmigración. El caso de Huelva. En: *Acompañando... nos. Mirada, acción y propuestas de Cáritas con personas que están sin hogar* (415-441). Madrid: Cáritas Española Editores.

Comunicatiton and cyber centers as spaces to integrate. Case study in Palos de la Frontera

ANEXO

Guión básico para las entrevistas a dependientes de locutorio

Datos básicos

- Nombre, dirección y fecha de puesta en marcha del locutorio.
- Nacionalidad del propietario.
- Datos del informante:
 - Edad
 - Sexo
 - Profesión/estudios
 - ¿Cuál es su experiencia laboral?
 - ¿Cuánto tiempo lleva trabajando aquí?

3. Socialización de los usuarios

¿Se quedan a hablar en la puerta del locutorio al terminar?

¿Ha surgido vez alguna iniciativa de asociacionismo tras estos encuentros?

Datos sobre el locutorio

1. Contexto y servicios

¿Cómo surgió la idea de negocio?

¿Se pensó en el entorno o contexto a la hora de abrir el locutorio?

¿Cuál es el horario de apertura?

¿Qué servicios ofrece el locutorio además del acceso telefónico?

2. Perfil de usuarios

¿Cuántos clientes reciben al día? ¿Vienen más mujeres o más hombres?

¿Cuántas visitas hacen a la semana?

¿Cuánto tiempo suelen emplear en cada visita?

¿Cuáles son los períodos de mayor afluencia de clientes?

¿Cuáles son las nacionalidades más frecuentes en los clientes?