

# UBIQUITÉ

*Une typologie d'espace de communication découlant des conditions migratoires affiche des formes semblables partout au monde*

# TYPOLGY

*A communication infrastructure tied to the circumstances of migration takes similar forms globally*

On trouve, dans la plupart des villes du monde, de petits « taxiphones » qui fournissent des services de télécommunications. Ces points de services électroniques s'implantent partout où passent des voyageurs, des touristes, des immigrants ou des travailleurs temporaires désireux de communiquer avec des interlocuteurs éloignés. Dans les pays dont l'infrastructure de télécommunications est peu développée, ils comblent un vide, alors que dans les pays industrialisés, ils répondent surtout à des groupes ayant des besoins changeants ou à court terme.

Ces entreprises spécialisées remplissent une gamme limitée de fonctions et leurs locaux respectent une typologie plutôt simple : la plupart du temps identiques, ils contiennent souvent des compartiments aux dimensions standard, des cabines téléphoniques génériques et, à l'extérieur, des publicités collées en façade, qui dressent la liste des services

Les taxiphones desservant principalement une clientèle internationale, ils doivent rester ouverts au-delà des heures normales de travail. Servant aussi de lieux de rassemblement communautaire et développant des activités secondaires, comme l'importation d'aliments et de marchandises, ils assument souvent aussi diverses fonctions sociales. Certains proposent même des services spécialisés, comme la traduction ou de l'aide pour remplir des formulaires officiels, services parfois difficiles à obtenir autrement dans certains pays.

Small “call shops” that provide telecommunications services are found in most urban centres around the world. These electronic service stations will appear anywhere there are travellers, tourists, immigrants, or temporary workers who want to contact somebody else. In countries with an underdeveloped telecommunications infrastructure, they fill this gap, and in developed countries they often serve groups with short-term or changing needs.

These specialized businesses have a limited range of functions and take their basic structure from a simple typology: They are almost always the same, often with standardized cubicle sizes, generic telephone booths, and taped-up advertising on the exterior that lists available services.

Because call shops primarily connect international customers, they must operate beyond normal business hours and frequently take on a variety of social functions, serving as community gathering places and developing sidelines as importers of foods and merchandise. Some even offer highly specialized services such as translation and assistance with filling out official forms, which can be difficult to obtain in some countries.