

A PIE
DE CALLECATALINA
Gayà

Pedir según el perfil de cliente

Es el fotógrafo **Albert Bertran** quien capta esta nueva manera de pedir monedas en el asfalto barcelonés. Son varios hombres y en un pestañear de semáforo, de rojo a verde, logran colocar sobre el parabrisas un paquete de pañuelos con un papelito en el que se narra un drama que acaba, literalmente, en puntos suspensivos. Todo pasa en menos de un minuto: corren, colocan el paquete, dejan un momento para la lectura, recogen las monedas de aquel que baja la ventanilla y quitan los pañuelos y el papelito de las otras y se retiran a la acera. Es un trabajo que exige un método –ningún papel les queda del revés– y un control del tiempo de los semáforos hasta ahora no visto.

La semana pasada eran dos hombres y se ponían en una esquina del Eixample, la de Rosselló con Pau Claris. Los peatones que los observaban se quedaban hipnotizados ante tanto movimiento. Hace meses que, quien pide unas monedas, parece haber estudiado con detalle el perfil del comprador, algo que solo había experimentado en Latinoamérica. Ahí es tal el estudio de mercado que la mercancía también se distribuye por el territorio urbano según la profesión y las aspiraciones del futuro cliente.

En Ciudad de México, por ejemplo, la venta ambulante y la mendicidad se especializan según la línea de metro. La que lleva a la Universidad Nacional Autónoma de México está



ALBERT BERTRAN

►► Un hombre pone unos pañuelos sobre el parabrisas de un coche.

Ulrich Beck ya dijo en los años 90 que Europa se estaba latinoamericanizando

llena de personas que venden libretas, bolis y lápices. En la que se acerca a los hospitales, se suben personas con enfermedades varias y tan visibles que te recuerdan lo que quizá te vayan a diagnosticar en solo unas paradas. En este caso, la recaudación es abundante. En las líneas más anó-

nimas –en las que se suben obreros y oficinistas– la venta es de rímel, servilletas, mantelitos, dulces, chicles.

En Barcelona, las zonas de limosna suelen ser móviles, ya que la ordenanza cívica prohíbe ocupar el espacio público adoptando formas de mendicidad: Las multas subieron, en el 2012, el 16%. Aquí, de momento y aunque la economía es cada vez más parecida a Latinoamérica –algo que ya dijo **Ulrich Beck** en los 90–, lo que cambia es el discurso, que se actualiza según las portadas de los periódicos.

Hace unos meses la mayoría de la gente que mendigaba hacía el discurso del trabajo (eso de que es más fácil pedir que robar) mientras que ahora el discurso ha mutado a la dificultad de mantener a los hijos. Lo raro es que el discurso cambió de un día para otro. De repente, quien pedía –daba igual la edad, el sexo, la línea de metro o la calle– hablaba de los hijos.

Es **Elena Navarro**, futura cronista de mirada certera, quien puso el ojo en la especialización según el público. Me cuenta que, en la línea amarilla, un señor aparece cuando hay muchos jóvenes en los vagones. Versiona canciones de grupos que suenan en la radio. Lo hace tan mal que los jóvenes se ríen y le dan unas monedas. Sabe perfectamente que es en la parodia, y no en la excelencia, donde el público se enganchará al personaje.

El viernes, una mujer pedía cerca del bus que va hacia al aeropuerto en la plaza de Catalunya. Yo esperaba que dijera algo, pero solo movía un vaso consciente de que la cola es internacional y que hablar es inútil. Le preguntaba si le dejaban muchas monedas y la mujer refunfuñaba que era mejor antes, cuando había tantas monedas como países. ≡

cgaya@elperiodico.com