

¿ES POSITIVA LA PROLIFERACIÓN DE SALONES DE JUEGO Y APUESTAS?

Las salas se expanden sin límites en Madrid, donde ninguna norma restringe los lugares donde deben instalarse, a diferencia de otras regiones. El auge preocupa a los vecinos, que temen un aumento de la ludopatía

A FAVOR / JOSÉ ANTONIO GÓMEZ YÁÑEZ

Jugar es normal

La crisis cambió la fisonomía de Madrid y otras ciudades. Miles de comercios de alimentación, droguerías, ferreterías, bares, etcétera, cerraron. También cientos de sucursales bancarias. Las cadenas de moda abandonaron los barrios para ir al centro.

Los locales vacíos han sido ocupados por negocios de estética (odontólogos, ópticas, gimnasios...), supermercados, nuevos bares... También por salones de juego, con máquinas sofisticadas, regulados desde hace 40 años, y tiendas de apuestas, reguladas desde 2006.

Se han instalado en calles concurridas y barrios accesibles por el precio del suelo. Nada hay de conspiración en esto.

En la Comunidad de Madrid había 385 salones en 2017, uno por cada 17.013 habitantes, no parece excesivo, y 192 locales sólo de apuestas (hay 30.882 bares y restaurantes). Suponen 2.320 empleados. El impuesto especial sobre el juego aportó a la Comunidad 146,5 millones de euros. Además, las empresas pagan IAE, cotizaciones sociales, im-

puesto de sociedades, IBI, en total más de 200 millones de euros (el gasto en personal del Ramón y Cajal o del Clínico).

Este debate lo domina la emocionalidad. Un salón de juego supone invertir más de 400.000 euros, nadie que haga esta inversión se arriesga a graves sanciones por dejar pasar a menores. Quienes dicen ver a menores en los salones pueden llamar a la policía. De 22.810 inspeccio-

Proporciona pequeñas satisfacciones para salir de la rutina. Se juega para socializar

nes en 2017, la Comunidad abrió 22 expedientes por presencia de menores y 12 de prohibidos (0,15% de las inspecciones). No hay menores en los salones o tiendas de apuestas.

Los clientes son racionales, saben que jugando se suele perder, aunque se puede ganar, toman las pérdidas como el coste de la entrada a un espectáculo. La apuesta media es de tres euros, se devuelven 2,40 euros en premios.

Quiénes apuestan sue-

len acertar. En el clásico se pagó la victoria del Barça a 30 céntimos por euro apostado. Nadie va a hacerse rico con las apuestas, dan el gustazo de acertar.

España es, con Alemania, Francia, Suecia y Noruega, el país con menor tasa de juego problemático (0,3% al 0,5%). Es el resultado de una estricta regulación desde 1978. En España, hay 5.481 casos en tratamiento (0,014% de los mayores de 18 años). Son problemas personales que atender, pero no es la dimensión de un problema social.

Se juega para socializar. Hay deportes y juegos de habilidad, también de suerte, envite o azar. Proporcionan pequeñas satisfacciones para salir de la rutina. La ilusión en las loterías (del Estado y la ONCE), competir con otros o con la banca en los casinos, demostrar que se sabe de un deporte en las apuestas, ser tocado por la fortuna entre amigos en el bingo.

Cada semana juegan millones de madrileños. A una manifestación contra el juego en Bravo Murillo fueron 100, no hay alarma social, ni motivos para ella.

José Antonio Gómez Yáñez es profesor de la Universidad Carlos III y responsable del Archivo del Juego del Grupo Codere.

EN CONTRA / M^a BAYTA DÍAZ RODRÍGUEZ

No todo es azar

No es casualidad que haya aumentado el número de locales dedicados al juego de azar, ni que los barrios escogidos para ubicar estos establecimientos coincidan en muchos características: residenciales o comerciales, con rentas bajas. Las empresas saben dónde sacar más rendimiento a su inversión. Saben, al igual que los profesionales que nos dedicamos a la rehabilitación de jugadores patológicos, que las personas con sueldos precarios pueden sentirse más atraídas por las promesas de alargar su nómina con una apuesta o echando unas monedas a esas máquinas. Saben perfectamente que las personas con rentas altas y a las que también les gusta jugar, no les gusta que les vean sus vecinos entrando en esos salones. Para eso ya está Internet, para jugar en el anonimato. Las empresas lo saben y por eso diseñan esos locales de forma que nadie sepa a quién tiene al lado. Puedes jugar y perder sin preocuparte del qué dirán ("dentro estamos todos para lo mismo").

Apelan a la libertad: "Hay que liberalizar el mercado para ampliar la oferta de ocio", por supuesto todos somos libres de entrar o no, somos libres para crearnos sus anuncios (esos que con letra casi ilegible te avisan del riesgo de desarrollar ludopatía), somos libres de dejarnos atraer por ofertas de consumiciones gratis o a precios ridículos, somos libres, sí. Pero hasta cierto punto: dise-

Las empresas saben que las personas con sueldos precarios se sienten atraídas por las apuestas

ñan las máquinas recreativas con ciclos cada vez más cortos a sabiendas de que eso facilita la adicción, ofrecen premios mayores para que los jugadores arriesguen más dinero, permiten una forma de jugar más activa para dar ilusión de control, contrastan a figuras de referencia para dar un barniz de normalidad a una actividad potencialmente adictiva, atraen a personas cada vez más jóvenes sabiendo que son más im-

presionables y corren más riesgo de "engancharse". Nada de esto es azar, es jugar con trampas. Saben que donde más ganancia pueden sacar no es con los jugadores esporádicos o moderados, que el negocio esté en los heavy users, en los asiduos, en los que aunque hayan gastado en el salón de enfrente probablemente vengán mañana a gastarse sus ganancias (o si han perdido, vendrán a intentar recuperar). En los casinos los clientes vip son los que más van a perder y a esos no hay que dejarlos escapar. En los salones de juego todos pueden ser vip y así les hacen sentir.

Apelan a la libertad a pesar de que hay indicadores económicos y sociales de que su libre mercado está generando daños graves en la población: están aumentando los casos de ludopatía, tardan menos en desarrollar la adicción, son más jóvenes y menos libres de decidir. ¿Y si aplicasen escrupulosamente medidas de prevención? No ofrecer bebidas alcohólicas o consumiciones gratis, controlar el acceso a menores y autoprohibidos. Me pregunto cuántos locales de juego sobrevivirían.

M^a Bayta Díaz Rodríguez es psicóloga de la Asociación para la Prevención y Ayuda al Ludópata.