

# LA VANGUARDIA

**PRESIDENTE-EDITOR:**  
JAVIER GODÓ,  
CONDE DE GODÓ

**DIRECTOR**  
Màrius Carol

**VICEDIRECTOR**  
Jordi Juan

**DIRECTORES ADJUNTOS**  
Lola García  
Miquel Molina  
Enric Juliana  
Álex Rodríguez

**SUBDIRECTORES**  
Manel Pérez  
Isabel García Pagan  
Llàtzer Moix  
Enric Sierra  
Lluís Uría  
Joel Albarrán

**Adjunto al Director:** Pedro Madueño — **Redactores jefes:** Ramon Aymerich (Internacional), Jaume V. Aroca (Política), Susana Quadrado (Tendencias), Ramon Suñé (Vivir), Ignacio Orovicio (Cultura), Sergio Vila-Sanjuan (Cultura(s)), Joan Josep Pallás (Deportes), Elisenda Vallejo (Economía), Celeste López (Redacción Madrid), Mariàngel Alcázar (Casa Real y Gente), Josep Maria Calvet (Última Hora), Sílvia Colomé (Última Hora), Núria García Arenas (Diseño), Félix Badia (Magazine), Jordi Marqués (Marketing Digital) y Javier Martínez (Audiencias y Estrategia Digital) — **Secciones:** Plàcid Garcia-Planas (Internacional), Santi González (Política), Marga Soler (Opinión), Francesc Bracero (Tendencias), Sílvia Angulo (Vivir), Maricel Chavarría (Cultura), Juan B. Martínez (Deportes), Dolores Álvarez (Economía), Rafael Lozano (Edición), Xavier Mas de Xaxàs (Corresponsal diplomático), José María Brunet (Corresponsal judicial), Pau F. Rodríguez (Videos y Redes Sociales), Álvaro Mazariegos (SEO) y Màrius Fort (portadista) — **Defensor del lector:** Suso Pérez — **Consejeros de Dirección:** Lluís Foix y Josep Maria Soria

## Lo que ha dado de sí la campaña del 10-N

Los españoles acudimos hoy a las urnas. La campaña del 10-N, de ocho días, ha sido la más corta desde la recuperación de la democracia. No faltaban razones para ello: los últimos comicios, celebrados en abril, no bastaron para formar gobierno, debido a los vetos y los bloqueos entre partidos. Eso indispuso a muchos ciudadanos, que no alcanzan a comprender tal conducta partidista. No se trataba, pues, de alargar la campaña con mítines, retóricas y promesas, sino de abreviarla.

Además de corta y parca en nuevas ideas, esta campaña ha sido probablemente la antesala de un cambio notable en el arco político, sobre todo en su extremo derecho. A ello ha con-

tribuido una atmósfera crispada. En primer lugar, por la sentencia del juicio del 1-O, a la que sucedieron las noches incendiadas de Barcelona y la triste evidencia de que el independentismo, hasta entonces pacífico, tenía otro rostro menos amable. En segundo lugar, por la progresión de Vox reflejada en las encuestas: los radicales de derecha se habrían beneficiado de la radicalización de sectores soberanistas y de sus altercados, disparándose en los sondeos. Y, como efecto subsiguiente, el Partido Popular y Ciudadanos se han escorado más hacia la derecha para tratar de competir con Vox en su terreno. El jueves, en la Asamblea de Madrid, PP y Cs secundaron la peligrosa propuesta de Vox para ilegalizar los partidos "separatistas". Así las cosas, la campaña acabó el viernes con la impresión de que el PP iba a remontar, que Cs iba a desplomarse y que Vox, el último llegado a la derecha del arco político, había logrado imponer su agenda y multiplicar su voto. He aquí una mala noticia. Cuesta entender que dos partidos más expertos que Vox le dieran semejante empujón.

En la izquierda, el PSOE de Pedro Sánchez ha pasado de esperar mejorar su resultado de abril —luego se conformó con conservarlo— a suspirar por que la merma de escaños sea hoy

contenida. A tenor de las encuestas, la convocatoria de nuevas elecciones, en la que tuvo una responsabilidad central, fue un error. Pero sólo el reparto de escaños de hoy confirmará —o no— tal impresión. A su vez, Unidas Podemos mantendrá quizás su grupo de diputados, aunque se vaticina que a la baja, debido en cierta medida a la irrupción de Más País.

No ha sido esta una campaña caracterizada por sus novedades. Los candidatos reincidieron el lunes, durante su debate televisivo, en la improductiva costumbre de dedicar más tiempo a cruzar pullas que a proponer a la audiencia ideas creíbles de futuro y progreso. Además, a lo largo de toda la campaña, y aun antes, han parecido anteponer a la coherencia ideológica una estrategia que favorecía la liquidez de sus idearios y los giros: el del PSOE hacia el centro, rechazando en campaña el contacto con Torra, y el de los partidos de la derecha hacia la derecha extrema. Entre tanto, ciertos activistas independentistas han reiterado sus desórdenes, emancipados ya de los políticos que los jalearon, ante un fondo de preocupantes revelaciones del sumario de los CDR detenidos. La sensación de fatiga, extendida entre los votantes, ha ido produciendo un efecto contagio entre líderes políticos cada día más conscientes de los efectos de la repetición electoral.

Ha habido, sí, una novedad en esta campaña. Y ha sido lamentable. Nos referimos al abuso sin escrúpulos de las mentiras y medias verdades que han exhibido ciertos candidatos. Entre tanto, seguimos sabiendo poco de pactos postelectorales factibles, o de si volverá el bloque, pese a que tras las estériles elecciones de abril este es un dato del mayor interés. Hoy a última hora conoceremos el resultado de la campaña. Y después sabremos si valió la pena permanecer sin gobierno con plenos poderes durante medio año a fin de lograr otro más estable. O si la repetición sólo sirvió para fragmentar y complicar una situación que ya en abril era de difícil gestión.●

### Una novedad, lamentable, de esta campaña ha sido el abuso de las mentiras y de las medias verdades

## La expansión del juego en línea

El juego online crece a un ritmo tan vertiginoso que se ha convertido en una preocupación social por el riesgo que tiene de provocar ludopatías. La posibilidad de jugar y apostar con sólo un clic desde el ordenador facilita tanto la expansión del negocio como el hecho de que cada vez más gente quede enganchada. Las campañas de prevención no pueden evitar su incremento exponencial avivado por una publicidad agresiva y creciente. Hay estudios que indican que el sector del juego en línea en el mundo, que mueve actualmente la astronómica cifra de 45.000 millones de euros, llegará a superar los 70.000 millones en sólo tres años. A ello contribuirá la autorización y regulación del juego en muchos países que por ahora no lo permiten.

En España se calcula que hay casi un millón de clientes activos en las webs de juego autorizadas. Esta modalidad digital ya representa el 7,3% del total del sector del juego en el país. Esto significa que en los últimos cuatro años su peso se ha triplicado. El juego real online ya supera en nuestro país los 720 millones de euros, cifra que equivale a las cantidades depositadas por los clientes menos los premios, según consta en el Anuario del Juego de España. La rentabilidad del negocio es evidente.

La dirección general de Ordenación del Juego estima que seis de cada diez ciudadanos han jugado alguna vez con dinero. Lo más grave es que el juego en línea se ha popularizado en la franja

de población más joven, que es la que mejor domina el mundo digital, especialmente en las apuestas deportivas, y en menor medida, el póquer, el bingo y el casino. Tienen las 24 horas para jugar desde el móvil y pueden hacerlo sin que nadie les vea. Lo peor es que asocian las apuestas al deporte y no son conscientes del riesgo de convertirse en adictos al juego y de las graves consecuencias que ello conlleva.

El aumento de los problemas psicosociales asociados al juego, especialmente a través de internet, ha provocado una intensa presión de la opinión pública para que se regule la promoción publicitaria de las apuestas online, se fomente el juego responsable y se lleven a cabo campañas de prevención para combatir la ludopatía.

El Ministerio de Sanidad, en un reciente estudio sobre adicciones, admite que el 3,5% de la población apuesta dinero online habitualmente pero que sólo un 0,4% podrían catalogarse como jugadores problemáticos. Otros estudios, sin embargo, señalan que, como mínimo, el 1% de la población juega de manera patológica. Por tanto, habría afectadas por el problema, en la actualidad, más de 400.000 personas, lo que convierte los juegos de azar en un problema de salud pública. Es evidente, en consecuencia, que el nuevo gobierno que salga hoy de las urnas tiene la responsabilidad de afrontar la regulación de este sector, y de la agresiva publicidad que realiza, para minimizar los riesgos que comporta.●

### El aumento que registran las ludopatías exige una regulación de los juegos de azar por internet

## Universitat, la enésima farsa

Joaquín Luna



Si los ciudadanos hubiesen traído peroles de escudella i carn d'olla en lugar de condones y billetes de 20 euros, hoy no tendríamos que lamentar la desbandada del campamento de la plaza Universitat, el primer cisma revolucionario de la generación del 14-O.

Ya lo comentaba Napoleón a Josefina: este frío nos ha jodido, a mí y a la Grande Armée. ¿Si la rasca hundió a las tropas napoleónicas a las puertas de Moscú, cómo no iba el biruji mediterráneo a desmoralizar a las huestes de la plaza Universitat?

La toma de la plaza ha terminado después de asambleas cuñadistas y de que parte de los acampados —las juventudes de ERC y la CUP— se fuesen con la revolución y el dinero a otra parte, acaso el hogar, la barra de un bar o la cama de la novia.

Los últimos de Filipinas acusaron ayer en una declaración histórica a sus camaradas de llevarse la caja de resistencia sin avisar —unos 30.000 euros en efectivo y, lo que es más grave, depositados en dos urnas del

### El general invierno y la pasta hunden a la generación del 14-O en su plaza icónica

1-O— así como material colectivo, entre el que cabe suponer los famosos condones donados por la ciudadanía —a saber si estaban a punto de caducar—.

Yo creo que el pueblo de Barcelona debería esforzarse para evitar que el campamento se esfume así —después de tanto dar la lata— y el tráfico de Gran Vía recupere la normalidad. En lugar de coches que contaminan, la zona se perfilaba como ágora de la democracia y el antifascismo del siglo XXI, en la que unos días se jugaba a fútbol y otros se debatía sobre la represión que hermana a kurdos y catalanes.

Conviendría volver a dar pasta, condones y sopa boba no sea que la prensa española manipuladora sospeche que estamos así —desbarajuste absoluto y camino de la irrelevancia económica— porque el nacionalismo se puso estupendo en el 2012 para tapar quinquenios y quinquenios de oasis y corrupción, palabra castiza que designa en el diccionario indepe la gestión del PP.

Yo no me acabo de creer que las cosas sean tan ridículas como parece. No descartemos que el desmantelamiento sea temporal y vuelvan las tiendas por primavera. O que imiten el repliegue táctico de Mao de la Larga Marcha. Quizás los Mandel del mañana se preparan para la fiesta sorpresa de tres días de los del Tsunami y necesitaban una ducha, dar un beso a mamá o cargar el móvil.

Y mañana, usted y yo, ridículamente a trabajar. Alguien tiene que pagar esta fiesta.●