



:: [portada](#) :: [Economía](#) ::

12-10-2007

Nike, esteroides y la atleta estadounidense Marion Jones

Jeff Ballinger

CounterPunch

Traducido del inglés para Rebelión por Germán Leyens

Es difícil creer que sea posible despilfarrar todo ese dinero publicitario bañado en sudor. Me imagino que realmente uno no puede ahorrar en abogados "expertos en evasivas" cuando ha estado diciendo mentirillas a los agentes federales.

Los deportistas participantes en el atletismo solían ser como monjes birmanos - dependían de limosnas. ¿Puede sorprender que las drogas que mejoran el rendimiento hayan aparecido al mismo tiempo que los anuncios en la televisión que mejoran la imagen de los productos?

También recuerdo los días en los que las universidades no hacían contratos con las fábricas de zapatillas deportivas. ¿Es una coincidencia más que el dinero haya comenzado a fluir en serio cuando las compañías de zapatillas transfirieron la producción de sitios [sólo con salarios bajos] como Corea del Sur y Taiwán a sitios de súper explotación en China e Indonesia? Es difícil argumentar contra esa estrategia desde un punto de vista empresarial; una vez conté 37 logos de Nike en una sola sección de deportes de *USA Today*. Un dirigente deportivo universitario calificó de "casi inescrutable" que Adidas esté dando 7,5 millones de dólares por año a la Universidad de Michigan (arrebátandosela a Nike). En realidad formó parte de una guerra de ofertas de [machos] iniciada por Nike cuando ofreció 103 millones de dólares por año al equipo nacional de fútbol alemán. Prefirieron a Adidas por sólo 70 millones por año.

Adidas se siente floreciente después de tragarse Reebok el año pasado - convirtiendo en multimillonario a ese fariseo de los "derechos humanos", Paul Fireman. El gigante alemán de los zapatos alardeó recientemente de que la adquisición aumentó la influencia de la compañía sobre los proveedores. Hablando en claro eso significa el pago de precios más bajos a las fábricas y más dolor para los trabajadores.



Lo que Nike ofreció al equipo alemán fue casi todo el presupuesto de "mercadeo internacional" del gigante de las zapatillas hace 15 años. Ayuda cuando dictadores anuentes (¿desesperados?) congelan el salario mínimo durante 10 años, como sucedió en Vietnam (1996-2006). Un 80% de las costosas zapatillas deportivas es producido ahora en Estados con un solo partido.

Volviendo a la atleta Marion Jones [\[1\]](#) : a Nike le gustan las mujeres fuertes, ¿verdad? Depende. Las mujeres animosas que se enfrentan a brutales contratistas zapateros son despedidas; no son más que basura al borde de la ruta de la cadena de producción global de mercancías.

Hay una palabra para este modelo empresarial de "codicia-con-esteroides": despiadado. La palabra fue utilizada para describir al padre del negocio de los agentes deportivos en su obituario de 2003. Fue "despiadado" al conseguir para Tiger Woods o Derek Jeter todo lo que pudieron conseguir de Nike (los agentes deportivos reciben un 20% de los negocios de promoción, pero sólo un 3% de los contratos de los jugadores con los clubes deportivos.)

"¡Muéstrame la guita!"



El libro de Jeff Ballinger: "Protests and the Corporate Response; Tiananmen to Seattle"

será publicado por la Universidad de Pisa durante este invierno. Es cofundador de No Sweat Apparel. Para contactos escriba a: jeffreyd@mindspring.com

<http://www.counterpunch.org/ballinger1082007.html>

[1] Atleta [estadounidense](#) especialista en pruebas de velocidad y salto de longitud que ganó tres medallas de oro y dos de bronce en los [Juegos Olímpicos de Sydney 2000](#). En [octubre de 2007](#) confesó, ante un Tribunal Federal de Estados Unidos, haber consumido sustancias no autorizadas en dicha competición, por lo que fue suspendida y entregó las cinco medallas. Ver http://es.wikipedia.org/wiki/Marion_Jones