

Por lo que se ve, en un punto hay plena coincidencia entre mandatarios de todos los signos políticos: tratándose de jalar dinero a las arcas, hay que sangrar a los que menos pueden defenderse.

## Flores Millán pide a López Obrador *permiso definitivo* para dejar la GAM

■ El funcionario prófugo aduce “imposibilidad práctica” de continuar en el cargo

A. BOLAÑOS, A. SALGADO Y J. QUINTERO

PÁG 40

## Tregua entre el gobernador de Quintana Roo y el alcalde de Cancún

■ Acuerdan la entrega de recursos al ayuntamiento y acciones contra la violencia

GEORGINA SALDIERNA

PÁG 33

## Centro Pro: la ley cívica transgrede varios artículos constitucionales

■ No se elaboró en un marco de derechos humanos y carece de controles, sostiene

SUSANA GONZALEZ

PÁG 39

## Retendrán pagos a Halliburton por serie de anomalías en Irak y Kuwait

■ El Pentágono acusa a la empresa de “prácticas contables inadecuadas”

PÁG 31

ARNOLDO KRAUS **20**

CARLOS MARTÍNEZ GARCÍA **20**

JOSÉ STEINSLEGER **21**

LUIS LINARES ZAPATA **21**

NÉSTOR BRAVO PÉREZ **Cultura**

JOHN BERGER **Espectáculos**

**OPINIÓN**

# Espíritu olímpico: medalla de oro en explotación

■ ALEJANDRO NADAL

En el año 491 antes de Cristo, el imperio persa envió una flota de 600 navíos y un ejército de 200 mil guerreros contra Atenas y otras ciudades griegas. Tomó Eubea después de un breve combate e instaló su campamento en los llanos de Maratón, a sólo 42 kilómetros del noreste de Atenas.

Atenas liberó a los esclavos y enlistó a todos los hombres por igual en un improvisado ejército de apenas 20 mil guerreros. La disciplina de Arístides y Miltiades permitió superar la desventaja y,

## Sueldos de miseria y jornadas de hasta 16 horas en plantas de Nike, Reebok, Adidas y Fila

desplomó, y el mito dice que antes de fallecer sólo pudo anunciar la victoria con la palabra Niké, nombre de la diosa griega de la victoria.

En estos Juegos Olímpicos, la leyenda de Fidípides estará más viva que en otros años. Y la tecnología en nuevos materiales permitirá que el récord olímpico sea pulverizado en muchas pruebas, sobre todo en deportes intensivos en tecnología como

enfascado en una guerra sin cuartel para obtener el primer lugar en publicidad a la hora del reparto de medallas. Ninguna de estas empresas está dispuesta a dejar pasar la oportunidad de asociar su marca con el triunfo y el ideal del deporte olímpico. Para esta competencia, Nike y Adidas invirtieron mil 28 y 775 millones de dólares en publicidad, respectivamente.

El año pasado la industria

rápidas y en jornadas más largas, con salarios de pobreza y condiciones insalubres. Nadie les dará una medalla este verano en Atenas; su premio será el privilegio de trabajar horas extras.

En el modelo económico que impera en esta rama, la competencia es más intensa que en la pista olímpica y las empresas buscan reducir costos unitarios por todos los medios a su alcance. Se trata de una rama con complejas cadenas productivas, diseminada por todo el mundo. En ella, las maquiladoras deben responder con gran rapidez a las variaciones en diseño y tamaño de lotes que dicta un mercado muy dinámico, moldeado por una publicidad implacable. La necesidad de minimizar el costo por manejo de inventarios es intensa y hay que reducir el tiempo entre diseño y puesta en anaquel. Para poder competir, las maquiladoras deben responder con gran flexibilidad para entregar en el menor tiempo posible a las empresas contratistas.

Por esas razones el rubro más castigado es el costo de la mano de obra. Investigaciones de Oxfam y la organización Fair Olympics demuestran que las jornadas de 12 horas son comunes, y que no son raras las de 14 y 16 horas. Los salarios son sumamente bajos: en plantas chinas que surten pedidos de Nike, Reebok, Adidas y Fila se encontraron salarios de 24 dólares mensuales (el salario mínimo es de 41 dólares) y jornadas de 14 horas sin día de descanso. Los salarios a destajo son todavía menores.

Una de las tácticas más comunes es la amenaza de reubicar los pedidos en otras plantas en las que los salarios son más “competitivos”. Si una maquiladora en Sri Lanka resiente la presión de sus trabajadoras, los gerentes de producción de Reebok o Puma amenazan con enviar los pedidos a plantas en



TOMADA DE INTERNET EN WWW.FAIROLYMPICS.ORG

Con la Acrópolis de fondo se realizó la campaña *Juego limpio en las Olimpiadas* contra la explotación laboral en las grandes maquiladoras de ropa y artículos deportivos. Las máscaras de las costureras significan la pérdida de identidad y el sacrificio de las trabajadoras

según la versión griega, al final del día yacían 6 mil 400 persas muertos contra apenas 192 soldados atenienses. Una leyenda eurocentrista a más no poder.

La amenaza contra Atenas todavía era importante, así que fue despachado el más grande corredor que tenían, Fidípides. Corrió los 42 kilómetros, pero, después de haber combatido todo el día con una pesada armadura, el esfuerzo fue demasiado. Llegó a la plaza central, se

ciclismo, tiro de precisión o salto con garrocha. En natación, en la que empresas como Speedo lanzaron (hace cuatro años) sus trajes de baño que imitan la piel de tiburón y reducen la fricción en el agua, es imposible saber si hay mejor desempeño atlético o simplemente mejor tecnología.

Lo que sí se sabe es que los fabricantes de estos productos, entre los que destacan los gigantes Reebok, Nike, Adidas, Puma y Fila, se han

de artículos deportivos, trajes, zapatos e instrumentos de todo tipo, desde raquetas de titanio hasta balones de fútbol antiderrapantes, generó ingresos por más de 65 mil millones de dólares. Se trata de un negocio redondo, en el que cientos de miles de personas, predominantemente mujeres, laboran en condiciones deplorables en maquiladoras ubicadas en Asia, África y América Latina. Estas trabajadoras se afanan en cadencias cada vez más