



# Global express

La actualidad en el aula

JJ.00.00

***citius, altius, fortius...***









© Gettyimages

Los atletas más rápidos, más altos y más fuertes (*citius, altius, fortius*), serán los que ganen premios en los próximos Juegos Olímpicos. Sin embargo, miles de personas están ya confeccionando la ropa y el calzado de esos deportistas, y no recibirán nada a cambio, aunque trabajen más tiempo, más deprisa y más barato (*longius, citius, parvius*).

Esta edición de *Global express* nos invita a descubrir qué hay detrás del negocio del deporte y, en especial, a analizar el porqué millones de personas del mercado textil trabajan en condiciones precarias.

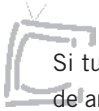
 **Intermón  
Oxfam**

-  Los nuevos dioses de las competencias modernas
-  Ganar dinero con los Juegos Olímpicos
-  Un nuevo modelo de negocio
-  Más por menos
-  Negociando un trabajo digno
-  Globalizar los derechos laborales

sumario

# Los nuevos dioses de las competencias modernas

## Los nuevos dioses de las competencias modernas



Si tuviésemos que entregar medallas también a las empresas de artículos deportivos que más venden, seguramente subirían al pódium Nike, Adidas, Reebok, Fila, Puma, ASICS y Mizuno. Estas compañías son líderes en un mercado que generó 58.000 millones de dólares solamente en el año 2002.

Sin embargo, las ganancias de estas empresas textiles no serían tan exorbitantes si no hubiesen reorientado sus estrategias de marketing. Antes comercializaban productos especializados para una determinada actividad y para un determinado público, ahora han pasado a promover esos mismos productos como artículos de moda para un público general, lo que ha aumentado

su base de consumidores, conformada mayoritariamente por compradores jóvenes.

Dentro de esta vorágine, las empresas de equipos deportivos luchan por ofrecer productos a precios competitivos, que satisfagan las exigencias de la moda y la calidad y obtengan al mismo tiempo el máximo beneficio para sus accionistas. Es aquí donde las Olimpiadas juegan un rol primordial en la batalla por captar y fidelizar clientes. Dicho evento es el contexto ideal para lanzar productos de vanguardia y campañas masivas de publicidad que aseguren una máxima visibilidad.

# Ganar dinero con los Juegos Olímpicos

## Ganar dinero con los Juegos Olímpicos



Desde comienzos de la década de los 80, el patrocinio deportivo de las empresas se ha convertido en parte integrante de los Juegos Olímpicos. Lo que partió siendo un gesto filantrópico, hoy en día es un negocio muy rentable. Los nuevos dioses de las olimpiadas modernas invertirán millones de dólares en publicidad e imagen de marca, sabiendo que este evento les garantizará abrir nuevos mercados asociando su nombre a los éxitos deportivos y al ideal olímpico.

Según la información publicada en el sitio web oficial de los Juegos Olímpicos, en diciembre de este año, los ingresos en concepto de patrocinio habrán alcanzado la cifra de 648 millones de dólares. Pero el patrocinio también se otorga en especie. Por ejemplo, Adidas es el patrocinador oficial de "Sport Clothing for Uniform" en Atenas 2004 y Reebok vestirá, entre otros, a la Real Federación Española de Atletismo en los próximos Juegos Olímpicos.

Las empresas de artículos deportivos invierten mucho dinero, pero no sin antes haber calculado los millones de dólares que sacarán de beneficio. Sólo en publicidad y gastos de promoción Nike gastó 1.028 millones de dólares en 2002, que fueron invertidos en su mayoría en patrocinios y contratos de apoyo

a deportistas. Otra de las grandes, Adidas, pagó 161 millones de dólares por patrocinar al jugador de fútbol David Beckham, a lo largo de toda su vida.

Ahora bien, no sólo gracias al patrocinio se gana dinero en las Olimpiadas. El movimiento, a través del Comité Olímpico Internacional (COI), de los Comités Olímpicos Nacionales (CON) y de los Comités Organizadores (COJ), concede licencias a las empresas para producir y comercializar "souvenirs" olímpicos como gorras, sudaderas y camisetas. Contra el pago de unos "royalties", las empresas tienen el derecho a utilizar el emblema olímpico en sus artículos. Según el informe de la campaña internacional "Juega Limpio en las Olimpiadas" (CC.OO., UGT, Setem e Intermón Oxfam), se calcula que los ingresos por pago de estos "royalties" en los juegos de Atenas 2004 generarán unos 66 millones de dólares.

Si buscamos un ejemplo ya comprobado, la empresa canadiense Roots ganó más de 25 millones de dólares vendiendo reproducciones de ropa de los equipos olímpicos durante las dos semanas que duraron los Juegos de Invierno de Salt Lake en 2002.

# Un nuevo modelo de negocio

## Un nuevo modelo de negocio



La globalización podría ser un gran motor de desarrollo que proporcionase nuevos puestos de trabajo dignos y formales para ayudar a salir de la pobreza a millones de personas, mejorando sus condiciones de vida y asegurando el futuro de sus familias. Sin embargo, la realidad nos muestra que son miles las personas a las que -a pesar de tener trabajo- se les

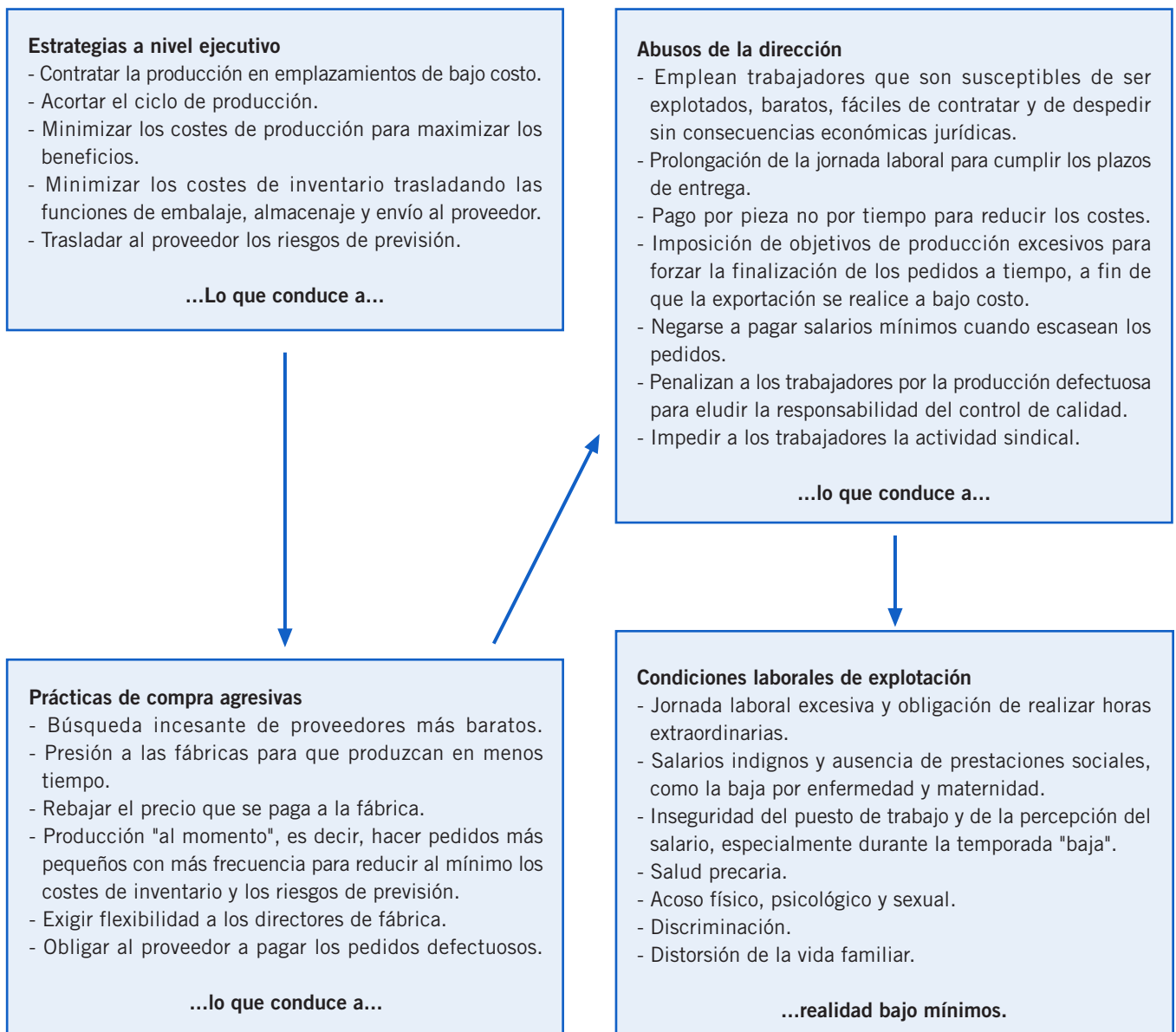
niega sistemáticamente la participación que les corresponde en los beneficios que genera dicha globalización.

En otros tiempos, las empresas representaban un nexo de cohesión social, estaban constituidas por comunidades de trabajadores y contribuían al desarrollo local porque lo necesitaban para su propio desarrollo y crecimiento. Los trabajadores

mantienen relaciones a largo plazo con las empresas (a veces toda la vida), y su contexto familiar y social se mantenía ligado a una comunidad estable que era "su" empresa. En los últimos años, la competitividad ha dominado en las relaciones comerciales, siendo el sector de la confección un buen ejemplo. Las grandes firmas y cadenas de moda ya no tienen fronteras y buscan maximizar sus beneficios disminuyendo los costes. Para cumplir el lema "más por menos" externalizan la parte del proceso que más implica al capital humano. Es decir, el corte, confección y acabado de las prendas se lleva a cabo en países donde los costes laborales son más bajos, tales como Bulgaria, Camboya, China, Indonesia, Tailandia o Turquía.

¿Cómo ganar dinero en un mercado competitivo? La nueva tendencia está basada en una constante presión para recortar los precios, la exigencia de entregas rápidas y flexibles y una deslocalización invariable de los procesos productivos. Este afán por la producción más barata ha llegado al punto de que una empresa de ropa deportiva cambió de país y fabricante porque en otro sitio le ofrecían el mismo producto por una diferencia de sólo 0,40 dólares por pieza.<sup>1</sup> Es así como la industria de la ropa y del calzado se ha transformado en un modelo de negocio que produce inseguridad y vulnerabilidad para la mayoría de los implicados, y prosperidad sólo para unos pocos.

## Relación entre el funcionamiento de las empresas de artículos deportivos y la precariedad laboral de los trabajadores



<sup>1</sup> Testimonio de un proveedor de Nike. Informe "Juega limpio en las olimpiadas". CCOO, UGT, Setem e Intermón Oxfam, 2004.

A lo largo de las últimas dos décadas, se han ampliado y fortalecido de manera considerable los derechos de las poderosas entidades corporativas. A través de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y de los acuerdos comerciales regionales y bilaterales, las empresas disfrutan ahora de mayor protección, dejando a los gobiernos de los países pobres -donde los ingresos dependen de la exportación- de manos y pies "cosidos". Estos últimos, deseosos de atraer a los inversores externos, atentan contra los derechos de los trabajadores para poder ofrecer una

mano de obra más barata y más flexible.

La cadena de suministro de estas empresas es cada vez más extensa y quienes están al final son los que se llevan la peor parte: los trabajadores son obligados por sus directores de fábrica a trabajar más tiempo, más deprisa y por menos dinero. Estos directores de fábrica aceptan plazos de entrega ajustadísimos, fluctuación de los pedidos, y costes unitarios bajos con tal de ser parte de la cadena de producción de las marcas mundiales.

## Más por menos Más por menos



Los ideales de justicia, solidaridad, compañerismo y valores éticos que promovieron desde sus comienzos los Juegos Olímpicos no se ven reflejados en las condiciones en las que miles de personas trabajan para producir la ropa y el calzado que utilizarán los deportistas y que llenarán los escaparates de todo el mundo. Todo lo contrario. En muchas ocasiones no se cumplen las normas establecidas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), no se respetan los derechos fundamentales del ser humano ni los salarios alcanzan a cubrir las necesidades básicas de las familias.

En los últimos 20 años de liberalización del comercio, se han generado millones de puestos de trabajo sobre la base de la subcontratación de la producción por parte de las empresas a través de cadenas de producción globales que exigen costes bajos y mano de obra "flexible". El resultado de todo esto es una situación de presión intolerable para millones de trabajadores y trabajadoras, que viven en permanente estado de inseguridad laboral. No reciben sueldos dignos y trabajan en condiciones deplorables, no tienen derecho a organizar un sindicato que defienda sus derechos, acumulan horas extras sin cobrar y sufren jornadas de hasta más de 16 horas seis días a la semana.

El grueso de la población que está inmerso en este precario mundo laboral son por lo general mujeres jóvenes y, a menudo, inmigrantes. En Kenia, las mujeres representan el 75% de la mano de obra de las fábricas, en Sri Lanka, el 85%, y en Camboya alcanzan el 90%, donde una de cada cinco mujeres de entre 18 y 25 años trabaja en la industria de la confección.<sup>2</sup>

El sistema se ha ensañado con uno de los grupos más vulnerables de la sociedad: las mujeres pobres. Muchas veces los puestos de trabajo generados en los sectores beneficiados por el comercio son la mejor de las alternativas, en cuanto a salarios. Y aunque esos trabajos sólo les proporcionan una mejora

marginal en una vida de pobreza extrema, muchas aceptan las condiciones porque prefieren tener un mal trabajo, con un salario deficiente, que no tener nada. En Bangladesh, una mujer que trabaja cosiendo ropa para una multinacional –en su casa o en fábricas– gana más que una que trabaja en una empresa local, pero esto no significa nada, la mayoría de ellas no gozan de baja por enfermedad o por maternidad, pocas están amparadas por alguna cobertura sanitaria o de desempleo y, aún menos, consiguen ahorrar para el futuro.

Mara es una de ellas. Una joven camboyana de 25 años que trabaja en la confección para la marca Adidas. Mara trabaja lejos de su casa, mantiene a sus seis hermanos y a su padre, gana 65 dólares al mes y todo lo gasta en sobrevivir. "Nuestro supervisor nos pide que trabajemos más deprisa, que cosamos bien, y que cumplamos con los objetivos fijados. Mi objetivo es 120 pantalones cada hora. Por esto gano entre 1,25 y 1,50 dólares". Si al final del día no ha terminado de coser 960 pares de pantalones, hace horas extras y ni siquiera se levanta para ir al lavabo para que no le retengan la prima de incentivo mensual.



© Fernando Morales, Internón Oxfam

<sup>2</sup> "Más por menos. El trabajo precario en las cadenas de producción globalizadas." Oxfam Internacional, 2004.

## Sudando para las OLIMPIADAS

En la Fábrica I, que produce ropa y calzado deportivos con el emblema de los Juegos Olímpicos, los trabajadores y trabajadoras (entrevistados en octubre de 2003) explicaron que trabajan en las condiciones siguientes:

- Cuando hay que cumplir unos plazos de entrega para la exportación, se obliga a los trabajadores a hacer turnos de hasta 17 horas durante seis días consecutivos. Los trabajadores están extenuados. Muchas mujeres embarazadas sufren abortos debido a las jornadas laborales interminables.
- Una cuarta parte de la mano de obra (2.000 trabajadores) está empleada temporalmente. Se les paga la mitad del salario mensual estándar de los trabajadores fijos y se les obliga a hacer horas extraordinarias no pagadas cuando no cumplen sus objetivos de producción en la jornada laboral normal.

- Los activistas sindicales sufren acoso e insultos.
- Las trabajadoras, especialmente las temporales, son víctimas de acoso sexual.
- Los trabajadores sufren maltrato verbal: "Nos llaman perros y nos dicen que nos muramos".
- Los trabajadores no reciben ninguna prestación en seguridad social.
- Ninguno de los trabajadores sabe de la existencia de códigos de conducta laborales, ni tiene conocimiento de que se realicen inspecciones.

Informe "Juega limpio en las olimpiadas". CC.OO., UGT, Setem, Intermón Oxfam, 2004.

## Negociando un trabajo digno



"... Me di cuenta de lo importante que es proteger los derechos de los trabajadores. Si un trabajador tiene un problema, no conoce sus derechos. El sindicato puede aconsejarle y ayudarle a resolverlo."

Prem, miembro del comité sindical de una fábrica de confección textil tailandesa.

Los sindicatos representan a sus miembros en cuestiones que van desde la salud y la seguridad hasta los salarios y el horario laboral. El método para conseguir los acuerdos es a través de "negociaciones colectivas" formales con el jefe o dueño de la fábrica. Así, los trabajadores y trabajadoras que, por ejemplo, han sido despedidos de manera impropia o que han sufrido abuso sexual, tienen un organismo que les defiende. Además, los sindicatos son los encargados de presionar a los gobiernos y a las instituciones internacionales para que las cuestiones que preocupan a los trabajadores queden reflejadas en las políticas nacionales y mundiales.

En un contexto de vulnerabilidad y precariedad total, la libertad de sindicación es fundamental para que los empleados mejoren sus condiciones de trabajo. Pero en el sector de la confección

de prendas deportivas este método de hacer justicia sigue siendo un problema. Los sindicatos se enfrentan a serias restricciones legales o prácticas en muchos países en desarrollo, y los trabajadores no tienen dinero para pagar las cuotas, tienen miedo a las represalias, a ser incluidos en una lista negra, a los despidos o simplemente, no les está permitido organizarse sindicalmente.

En una de las fábricas turcas que confeccionan prendas de vestir para Lotto y Puma, una chica de 22 años llamada Rana, explica: "Mientras los trabajadores de la fábrica vecina hacían huelga ante el edificio, nuestro supervisor nos dijo: "ya veréis, todos se quedarán sin trabajo. No cometáis nunca este error. De lo contrario, sufriréis las mismas consecuencias".

Hay quienes han cambiado las reglas y están formando nuevas alianzas nacionales de sindicatos y ONG's. Es el caso de Sri Lanka. Allí se han reunido recientemente en el Labour Core Group para trabajar en campañas sobre los principales problemas que afrontan las trabajadoras de la industria textil. Un destello de esperanza para los miles de personas que necesitan el apoyo colectivo.

# Globalizar los derechos laborales



**¿Quién es el responsable de esta situación? Los proveedores y los empleadores tienen la responsabilidad moral y legal directa de garantizar que sus trabajadores y trabajadoras reciban un trato digno, que las condiciones laborales sean justas y que trabajen en un ambiente saludable y seguro. Muchos no cumplen estas reglas, pero ellos no son los únicos responsables. Como vimos en el esquema "Relación entre el funcionamiento de las empresas de artículos deportivos y la precariedad laboral de los trabajadores", los proveedores están casi en la cola de la cadena de producción y las órdenes de "más trabajo, más rápido, y más barato" vienen de arriba.**

- La dinámica de la globalización y la competencia comercial arrastran a miles de personas a infringir las normas de un comercio justo. Los gobiernos -en su lucha por el crecimiento económico basado en las exportaciones y apoyados por el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial- han adaptado ("flexibilizado") sus políticas laborales, para así poder satisfacer las exigencias de las compañías globales de producción.
- Las empresas han hecho suyo el concepto de Responsabilidad Social Corporativa, como una manera de distanciarse de las acusaciones de sus prácticas comerciales. Este nuevo concepto, entendido como la adopción de una posición ética por parte de la empresa, consiste en el compromiso libre y activo con la sociedad para contribuir a construirla como comunidad democrática, sostenible y solidaria. La Responsabilidad Social no se reduce a las consecuencias de aquello que las empresas hacen, sino que se refiere a la manera como las empresas se sitúan y actúan en el seno de la red en que están inscritas. Se refleja en los valores y criterios que orientan a las empresas en todas sus relaciones.

En algunas empresas han redactado "códigos de conducta", se han organizado sindicatos, se han aceptado inspecciones y auditorías. Pero, tal como se ha explicado a lo largo de este dossier, no todas las empresas los ponen en práctica. Y cuando los responsables de la política ética de las empresas los aplican, el personal de compra y de comercialización vuelve a presionar para conseguir precios unitarios bajos en menos tiempo, tirando por la borda los esfuerzos por ser socialmente correctos.

- Por su parte, el Comité Olímpico Internacional, organismo con el poder de decidir y cambiar las reglas del juego, además de titular de los derechos de todas las marcas olímpicas, mantiene el contrato con empresas que han producido los equipos de los atletas y los artículos-souvenir de ropa y calzado deportivos en condiciones de explotación.
- La ciudadanía tiene en sus manos el poder de exigir un juego limpio con los trabajadores y trabajadoras, a través de las acciones de las campañas internacionales y de las organizaciones que defienden los derechos de los trabajadores. Además, podemos optar por informarnos bajo qué condiciones se fabrica la ropa deportiva que compramos y utilizamos, informarnos de lo que hay detrás del negocio del deporte. El cambio no vendrá por sí solo, a las empresas les conviene mantener este modelo de negocio que les permite reducir costes y maximizar las ganancias... somos nosotros y nosotras quienes debemos liderar el cambio por un consumo responsable.

# Para saber más... Para saber más...

## Bibliografía

### Los objetivos de desarrollo del Milenio: un pacto entre las naciones para eliminar la pobreza.

Informe Sobre Desarrollo Humano 2003  
PNUD, 2003.

### Informe "Juega limpio en las Olimpiadas"

Oxfam Internacional, 2004  
([www.IntermonOxfam.org](http://www.IntermonOxfam.org))

### Informe "Más por menos"

Intermón Oxfam, 2004  
([www.IntermonOxfam.org](http://www.IntermonOxfam.org))

## Páginas web: Páginas web:

#### - Historia de los JJ.OO.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Juegos\\_Olímpicos](http://es.wikipedia.org/wiki/Juegos_Olímpicos)

#### - Atlas mundial de financiación

[www.realinstitutoelcano.org/analisis/360.asp](http://www.realinstitutoelcano.org/analisis/360.asp)

#### - Documentos oficiales

[www.olympic.org/uk/utilities/reports/index\\_uk.asp](http://www.olympic.org/uk/utilities/reports/index_uk.asp)

#### - Patrocinadores - Socios

[www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/elcosp.htm](http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/elcosp.htm)

[www.elimparcial.com/edicionenlinea/notas/Deportes/20030711/60037.asp](http://www.elimparcial.com/edicionenlinea/notas/Deportes/20030711/60037.asp)

#### - Símbolos olímpicos

[www.elalmanaque.com/deportes/juegos\\_olimpicos/](http://www.elalmanaque.com/deportes/juegos_olimpicos/)

#### - Medio ambiente y Juegos Olímpicos

[www.tierramerica.net/2002/0217/grandesplumas.shtml](http://www.tierramerica.net/2002/0217/grandesplumas.shtml)

#### - Dopaje

[www.csd.mec.es/csd/salud-ca](http://www.csd.mec.es/csd/salud-ca)

#### - Campaña "Ropa Limpia" (explotación laboral en países del Sur)

[www.ropalimpia.org](http://www.ropalimpia.org)

#### - Estudios Intermón Oxfam

[www.intermonoxfam.org/page.asp?id=1110](http://www.intermonoxfam.org/page.asp?id=1110)

[www.intermonoxfam.org/cms/HTML/espanol/1143/JJ00.pdf](http://www.intermonoxfam.org/cms/HTML/espanol/1143/JJ00.pdf)

#### - Campaña "Juega limpio"

<http://juegalimpio2008.blogspot.com/>

Visita nuestra web  
y descarga el  
¡¡Global Express!!

[www.IntermonOxfam.org/educar/global](http://www.IntermonOxfam.org/educar/global)

*Global express* pretende generar preguntas entre los alumnos y las alumnas sobre lo que cuentan los medios de comunicación. Se trata de promover una visión crítica de la realidad que les permita comprender el estado del mundo y, en especial, la situación del mundo en desarrollo.

*Global express* nació como una iniciativa de: Centrum voor Mondiaal Onderwijs (Holanda), Curriculum Development Unit (Irlanda), Centro Educazione Mondialità (Italia) e Intermón Oxfam (España).

# Guía didáctica

## Guía didáctica

La propuesta didáctica que adjuntamos está dirigida al alumnado de educación secundaria. Las actividades pueden ser útiles para el área de sociales, la de ética, las tutorías, etc., y también para cualquier docente interesado en el tema. El objetivo no es cuestionar los Juegos Olímpicos, sino las consecuencias de lo que el negocio-espectáculo puede hacer con ellos.

AUTORÍA: PROFESORADO DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN DE INTERMÓN OXFAM.

### Actividad nº 1:

#### Conceptos previos

**Objetivo:** hacer aflorar las ideas que el alumnado tiene del deporte como práctica y como espectáculo.

**Orientaciones:** este ejercicio, oral y colectivo, permitirá reflexionar sobre el valor del deporte, así como el contravalor que puede llegar a suponer el deporte-espectáculo. Este año olímpico es un buen momento para motivar al alumnado.

### Actividad nº 2:

#### El espíritu olímpico, juguemos limpio

**Objetivos:** reflexionar sobre el concepto de espíritu olímpico y descubrir que la propia dinámica de deporte-espectáculo puede conllevar su incumplimiento.

**Orientaciones:** el ejercicio del medallero de natación pretende poner de relieve las desigualdades de oportunidades en ciertos deportes que requieren una gran inversión, que los países pobres no pueden permitirse. La investigación propuesta posteriormente confirmará esta idea. La actividad finaliza con la reflexión acerca del dopaje, tema de interés mediático (pueden aprovecharse noticias de actualidad). No se pretende hacer un análisis exhaustivo del concepto del deportista (alimentación, entrenamientos, etc.) ni considerarlo como el único infractor, debe entenderse dentro de la dinámica del negocio-espectáculo.

### Actividad nº 3:

#### El negocio del espectáculo: Los patrocinadores

**Objetivo:** identificar las empresas de ropa deportiva como uno de los beneficiarios del negocio-espectáculo en el que se han convertido los Juegos Olímpicos y el deporte profesionalizado en general.

**Orientaciones:** destacar que no sólo las empresas de ropa deportiva se benefician del espectáculo; se deberá tener en cuenta a los medios de comunicación (derechos de televisiones, publicidad, pago por visión, etc.). En el primer ejercicio, la información se podrá encontrar en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Juegos\\_Olímpicos\\_de\\_Atenas\\_2004](http://es.wikipedia.org/wiki/Juegos_Olímpicos_de_Atenas_2004). Para acceder a los países hay que entrar en: [www.olympic.org/uk/organisation/noc/index\\_uk.asp](http://www.olympic.org/uk/organisation/noc/index_uk.asp). Desde aquí, hacer clic en la zona geográfica deseada, buscar el país y hacer clic en su web. Si nos perdemos, las webs propuestas (pueden ser otras, aunque muchos países pobres no tienen web) son: Angola: [www.coa-olympang.org](http://www.coa-olympang.org). Sudáfrica: [www.nocsa.co.za](http://www.nocsa.co.za).

EE.UU.: [www.usolympicteam.com](http://www.usolympicteam.com). Francia: [www.comite-olympique.asso.fr](http://www.comite-olympique.asso.fr). Australia: [www.olympics.com.au](http://www.olympics.com.au).

Para España, concretamos más en diferentes deportes, pues en realidad cada federación tiene sus propios patrocinadores o donantes de material. En todos los casos, habrá que buscar lo siguiente: patrocinadores, socios, consorcios, suministradores, etc., que, o bien están en la página de inicio, o bien en sus menús. A veces se encuentran por "marketing" o "tienda" (baloncesto).

Posteriormente, el alumnado deberá establecer la relación con los productos que habitualmente consume. Una vez detectadas las marcas de consumo habitual, se procederá a investigar su lugar de producción (mirando las etiquetas), así como la ubicación de la sede central de la empresa (podemos consultar [www.transnationale.org](http://www.transnationale.org)). La última actividad permitirá abrir el debate sobre lo que hay detrás de la ropa y el calzado deportivo.

### Actividad nº 4:

#### *Longius, citius, parvius*

**Objetivo:** descubrir en qué condiciones laborales se confeccionan la ropa y el calzado deportivo y las consecuencias que esto tiene para los trabajadores y trabajadoras de este sector productivo.

**Orientaciones:** a través de la lectura de las informaciones, se detectará cuál es la población más afectada (mujeres y niños), así como las zonas de ubicación en el mundo.

La siguiente actividad se puede realizar en pequeños grupos a partir del análisis de los testimonios de los trabajadores.

### Actividad nº 5:

#### Y nosotros, ¿qué podemos hacer?

**Objetivos:** reflexionar acerca del papel que tenemos como consumidores y consumidoras. Descubrir y valorar positivamente la participación en acciones colectivas.

**Orientaciones:** la lectura de los testimonios permitirá plantear un debate en clase sobre las diferentes posturas, ante participar o no en acciones que promuevan cambios frente a las injusticias de nuestro mundo.

Un ejemplo de las acciones que se pueden realizar es participar en las propuestas que aparecen en las páginas web de organizaciones como Setem ([www.ropalimpia.org/](http://www.ropalimpia.org/)) y Amnistía Internacional (<http://web.es.amnesty.org/china/index.php?amnistia=documentos>).



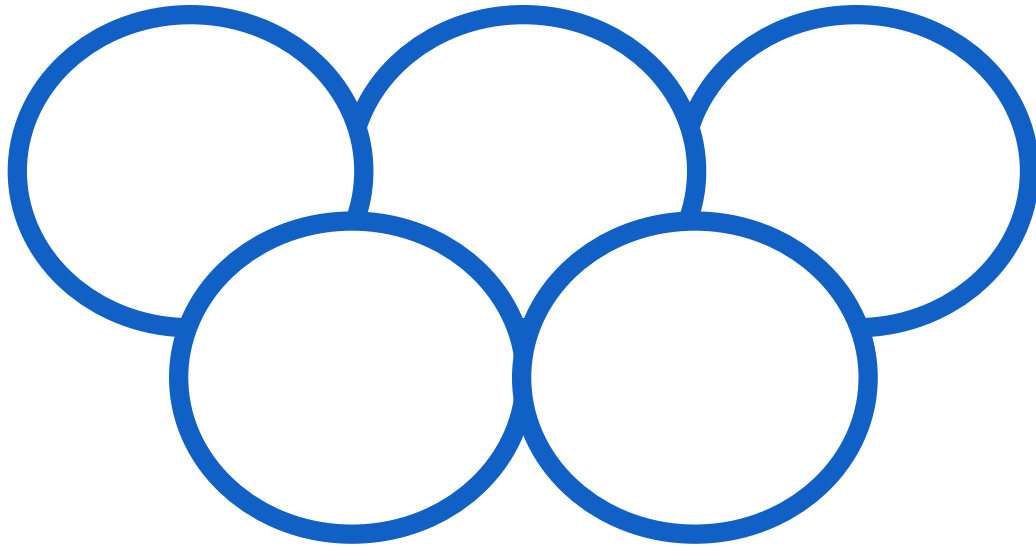



# Global express

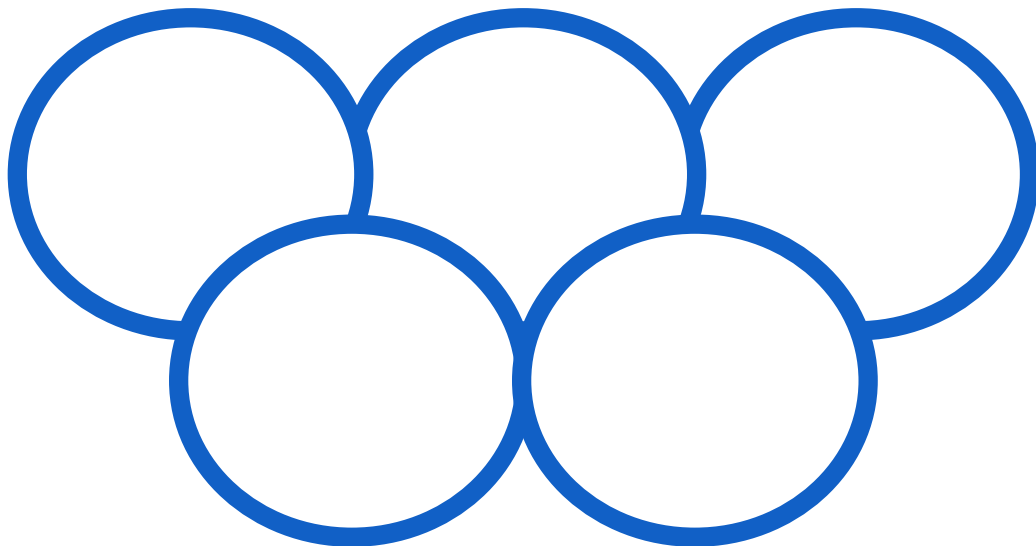
La actualidad en el aula

## JJ.00.: *citius, altius, fortius...*


1.



 Escribe en cada aro olímpico un adjetivo que tú asocies con el deporte que habitualmente practicas en tu centro educativo o en tu tiempo libre.



 2. Ahora escribe en cada aro un adjetivo que asocies con los Juegos Olímpicos.

 3. Debate con tus compañeros y compañeras qué aspectos positivos o negativos añade al mundo del deporte una convocatoria como la de los Juegos Olímpicos.

## 2. EL espíritu olímpico: juguemos limpio

El **espíritu olímpico** cobra forma en la escala de valores enunciados como "principios" en la **Carta olímpica**, que es el documento en el que se resumen los principios fundamentales, las normas y los textos de aplicación y funcionamiento del movimiento olímpico.

"El movimiento olímpico –dice la Carta– tiene por objeto contribuir a la construcción de un mundo mejor y más pacífico, educando a la juventud a través del deporte practicado sin discriminaciones de ninguna clase y dentro del espíritu olímpico, que exige comprensión mutua, espíritu de amistad, solidaridad y juego limpio."

El **Juramento olímpico**, escrito por Pierre de Coubertin, fue pronunciado por primera vez en los Juegos Olímpicos de Amberes de 1920. Durante la ceremonia de apertura de cada edición de los Juegos Olímpicos, es pronunciado por un atleta del país organizador, sosteniendo una esquina de la bandera olímpica. A lo largo de los años, ha experimentado algunas modificaciones, como la que introduce el dopaje, añadida en los Juegos de Sydney 2000. Actualmente dice:

### Juramento olímpico

"En nombre de todas y todos los gimnastas, prometo que participaremos en esta competencia respetando y cumpliendo con las reglas que la rigen y comprometiéndonos a un deporte sin dopaje y sin drogas, en el verdadero espíritu deportivo, para la gloria de este deporte y el honor de las y los gimnastas."



"Lo más importante de los Juegos Olímpicos no es ganar, sino participar, de la misma manera que lo más importante en la vida es la lucha, no el triunfo. Lo esencial no es haber conquistado algo, sino haber luchado bien."

Barón Pierre de Coubertin, fundador de los Juegos Olímpicos modernos (1894).

4. ¿Estás de acuerdo con esta cita de Pierre de Coubertin? ¿Por qué?

- 5.** Observa los resultados y analiza como están distribuidas las medallas entre los países del Norte y los del Sur:

<b>Atenas 2004: Medallero acuático (natación, saltos, waterpolo y sincronizada)</b>				
País	Oro	Plata	Bronce	Total
EE.UU.	12	9	12	33
Australia	8	7	6	21
China	6	4	1	11
Japón	3	3	4	10
Rusia	3	3	2	8
Holanda	2	3	2	7
Italia	2	1	1	4
Ucrania	2	0	1	3
Francia	1	2	3	6
Grecia	1	2	0	3
Polonia	1	2	0	3
Austria	1	2	0	3
Sudáfrica	1	1	1	3
Zimbabwe	1	1	1	3
Hungría	1	1	1	3
Rumanía	1	0	1	2
Alemania	0	2	4	6
Reino Unido	0	1	2	3
Croacia	0	1	0	1
Serbia y Montenegro	0	1	0	1
Canadá	0	0	2	2
Argentina	0	0	1	1
Trinidad y Tobago	0	0	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>138</b>

- 6.** ¿Cuál crees que es el factor determinante para que África, Asia o América Latina tengan poca o nula representación en este medallero?

- 7.** ¿En qué otras especialidades olímpicas crees que puede suceder lo mismo?

Atletismo, badminton, baloncesto, balonmano, béisbol, boxeo, ciclismo, esgrima, fútbol, gimnasia artística, gimnasia rítmica, halterofilia, hípica, hockey, judo, lucha, pentatlón, tenis de mesa, piragüismo, remo, softball, taekwondo, tenis, tiro con arco, tiro olímpico, triatlón, vela, voleibol, voley playa.

- 8.** Ahora en grupos investigad en [http://es.wikipedia.org/wiki/Juegos\\_Olímpicos\\_de\\_Atenas\\_2004](http://es.wikipedia.org/wiki/Juegos_Olímpicos_de_Atenas_2004) si se confirma la misma tendencia de distribución de medallas para el conjunto de los deportes. Poned en común las conclusiones a las que habéis llegado y, a continuación, estableced un debate sobre las causas que determinan esta situación y sobre sus consecuencias.

## ¿Qué es el dopaje?

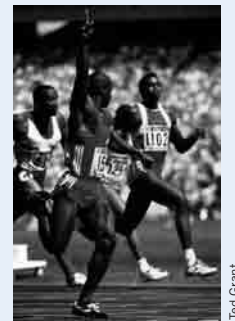
"Promoción, incitación, consumo o utilización de las sustancias y grupos farmacológicos prohibidos y de los métodos no reglamentarios destinados a aumentar las capacidades físicas de los deportistas o a modificar los resultados de las competiciones en las que participan".

Comité Olímpico Español (1990)

"Los dirigentes mienten, los controles antidopaje no funcionan. Ellos pueden controlar, pero no quieren. El deporte está sucio."

Carl Lewis, calificado por el Comité Olímpico Internacional (COI) como "El atleta del siglo", en los Juegos Olímpicos de Sydney 2000.

**Ben Johnson** consiguió la victoria en la final de 100 m lisos de los Juegos Olímpicos de Seúl 1988. Su positivo por esteroides tras esta carrera conmocionó al mundo del atletismo profesional. En el Campeonato del mundo de 1987, celebrado en Roma, Johnson se hizo famoso al derrotar a Carl Lewis, batiendo además el récord del mundo con un registro estratosférico: 9,83 segundos. Un año más tarde, Johnson y Lewis volverían a enfrentarse en una gran final, la de los Juegos Olímpicos de Seúl 1988. De nuevo, Johnson ganó a Lewis, y lo hizo rebajando aún más el récord mundial, dejándolo en 9,79 segundos. El mundo quedó maravillado; Johnson era un héroe. Pero pocos días después un análisis de orina demostró que Johnson había consumido esteroides, lo que le valió la descalificación por dopaje y la sanción por dos años. Tras regresar al deporte de competición, dio positivo nuevamente y terminó excluido de las competiciones de por vida.



El último caso destacado de dopaje es el de la atleta **Marion Jones**, sancionada a dos años de inhabilitación y a devolver las cinco medallas –tres de oro y dos de bronce– que ganó en los Juegos Olímpicos de Sydney 2000, bajo los efectos de sustancias prohibidas, concretamente el esteroide sintético THG, conocido como *el limpiador*. "En septiembre de 2000, antes de los Juegos Olímpicos de Sydney, Graham [su ex entrenador] comenzó a abastecerme de una sustancia que me dijo ser una semilla de lino. Tomé esta sustancia hasta julio de 2001", explicó Jones al juez durante la audiencia. "En noviembre de 2003, comprendí que se trataba de productos dopantes".

9. Atendiendo a estos casos y declaraciones, así como a la definición sobre el dopaje, responde a las preguntas siguientes:

- ¿Qué consecuencias tiene el dopaje, tanto para el deportista como para la competición deportiva?
- ¿Crees compatible el dopaje con el deporte? Justifica tu respuesta.
- ¿Qué otros aspectos, además del dopaje, están en contradicción con el espíritu olímpico? Razona tu respuesta.

# 3. El negocio del espectáculo: los patrocinadores

**10.** Busca qué empresas de material o ropa deportiva patrocinan los equipos nacionales en los Juegos Olímpicos de Pekín 2008 y piensa si tú consumes algún producto de esta marca. Investiga dónde está fabricado:

Comité Olímpico Nacional	Empresa patrocinadora	Producto que consumes	Lugar de fabricación
CHINA			
ITALIA			
EE. UU.			
FRANCIA			
AUSTRALIA			
ESPAÑA	ADO (www.ado.es)		
	Atletismo (www.rfea.es)		
	Baloncesto (www.feb.es)		
	Balonmano (www.rfebm.com)		
	Tenis (www.rfet.es)		
	Fútbol (www.rfef.es)		

- 11.** Selecciona las 5 marcas deportivas más utilizadas entre tus compañeros y compañeras de clase e investiga, a través de las etiquetas, en qué lugares se fabrican. A continuación elabora una lista de países en los que se fabrica una misma marca deportiva.

Marca deportiva	Países donde se fabrica	Ubicación de la sede central
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

- ¿Qué tienen en común la mayoría de estos países en los que se fabrica una misma marca?
- ¿Por qué crees que se fabrican en estos países, si los lugares de mayor consumo de estas marcas son América del Norte y la Unión Europea?

- 12.** Observa estas fotos.



© Gettyimages



© Fernando Mirales, Intermón Oxfam

- ¿Puedes imaginar qué hay detrás de la ropa y el calzado deportivo?

# 4. *Longius, citius, parvius...*

## Los otros récords

- En América Latina trabaja 1 de cada 5 niños con edades comprendidas entre los 5 y los 14 años; en África, 1 de cada 3; y en Asia, 1 de cada 2.
- En las fábricas subcontratadas por las multinacionales de la República Dominicana trabajan más de 150.000 personas, en su mayoría mujeres. Allí, una empleada cobra por cada pantalón elaborado 3.000 veces menos de lo que cuesta en el mercado.<sup>1</sup>
- En Indonesia, para poder vivir dignamente se necesita un salario de al menos 1 millón y medio de rupias (178 dólares), mientras que la paga mensual estándar de algunas fábricas que trabajan para Reebok es de 816.000 rupias (98,6 dólares).
- Las trabajadoras de una fábrica de Camboya que confecciona ropa para Adidas tienen que coser 960 pantalones al día para cobrar entre 10 y 12 dólares.<sup>2</sup>

## Tan lejos...

La **maquila** es una empresa que se dedica a ensamblar piezas, elaborando el producto final. Requiere poca tecnología y mano de obra masiva. Las maquilas trabajan para un contratista en el Norte que le proporciona la materia prima o las piezas para ensamblar.

Las maquilas suelen instalarse en las "zonas francas", que son zonas industriales creadas por los gobiernos del Sur para atraer las inversiones de las grandes empresas multinacionales. Para ello, los gobiernos ofrecen grandes facilidades económicas a las empresas: están exentas del pago de impuestos, pueden sacar el dinero del país fácilmente y cuentan con las infraestructuras y servicios locales.<sup>3</sup>

## ...y tan cerca

La empresa norteamericana de ropa tejana Levi's anuncia que a finales de septiembre cerrará la fábrica de pantalones que tiene desde 1982 en Sant Julià de Llor i Bonmatí (Girona), donde trabajan 285 personas. También ha anunciado el cierre de otra fábrica en Olvega (Soria). La producción de estas fábricas la asumirán las factorías que Levi's tiene en Polonia, Hungría y Turquía. Por otra parte, el Círculo de Economía ha hecho público un documento titulado *Actitudes sociales y políticas públicas favorables al crecimiento*, en el que asegura que el fenómeno de las deslocalizaciones "no es un signo de desindustrialización, sino más bien la consecuencia del progreso colectivo", al tiempo que defiende una nueva estrategia económica basada en "la creación de valor añadido".

**13.** ¿Podrías identificar qué problemas ponen de manifiesto estos datos, en qué zonas del mundo ocurren y sobre qué grupos sociales crees que recaen principalmente las consecuencias?

Problemas	Zonas del mundo	Población más afectada

<sup>1</sup> Juan Carlos Galindo. Centro de Colaboraciones Solidarias.

<sup>2</sup> Informe "Juega limpio en las olimpiadas". CC.OO., UGT, Setem e Intermón Oxfam.

<sup>3</sup> *Guía educativa para el consumo crítico*. Sodepaz. Los libros de la catarata, 1998.

## Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT):

- Todas las personas tienen derecho a **trabajar** y a elegir libremente su trabajo.
- Todas las personas tienen derecho a tener **condiciones de trabajo justas** y satisfactorias.
- Todas las personas tienen derecho a un **salario justo** que permita una vida digna para toda la familia.
- Todas las personas tienen derecho a la **seguridad social** en caso de desempleo, enfermedad o vejez.
- Todas las personas tienen derecho a fundar **sindicatos** y a formar parte de ellos.
- Todas las personas tienen derecho al **descanso**, a disfrutar de tiempo libre, a tener una jornada razonable de trabajo y a vacaciones pagadas.

**14.** Ahora podéis dividirlos en tres grupos. Cada grupo deberá analizar uno de los testimonios que encontraréis a continuación. Debéis debatir sobre la situación laboral que plantean e investigar el derecho laboral que se está incumpliendo en cada caso:

### **Saida, 36 años, trabajadora de una fábrica de Tánger (Marruecos) que produce para el Corte Inglés:**

"Cuando estamos enfermas somos nosotras las que pagamos el médico. No tenemos derecho a estar enfermas. Además, en ese caso nos quitan el derecho a obtener las primas. Un día que he estado enferma y he llevado al patrón el certificado médico, él me ha dado otro papel como una advertencia de castigo."

### **Fátima, mujer indonesia de 22 años que trabaja en una fábrica para Adidas, Fila, Nike, Puma y Lotto:**

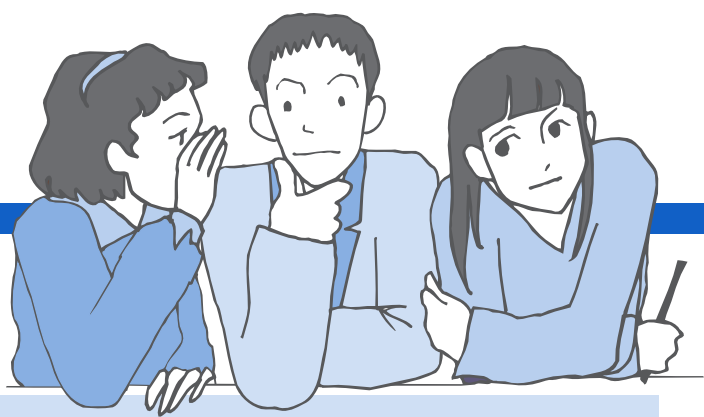
"He tenido muchos problemas de salud: dolores de cabeza, diarrea, gripe estomacal, dolores de espalda y agarrotamiento muscular. Todo esto son las consecuencias de las condiciones generales de la fábrica: falta de ventilación, estar de pie todo el día y largas horas de trabajo sin descanso, agua o comida suficientes."

### **Un trabajador de una fábrica donde se produce para Umbro y Puma:**

"Estamos demasiado cansados después de las horas extras para hacer otras cosas. Coger la gripe es muy común, porque muchos trabajadores no comen regularmente. También cogemos muchos dolores de estómago. Muchas mujeres sufren abortos por el continuo trabajo: después de las horas laborales, vienen unas intensas horas extraordinarias."



# 5. Y nosotros, ¿qué podemos hacer?



## Felipe

Para qué movilizarse si luego no sirve para nada. ¿Qué puedo hacer yo frente a unas multinacionales cuyos intereses económicos están por encima de cualquier otra consideración? ¿Qué les importa que a Felipe Martín no le guste que se explote a la gente? A las empresas sólo les interesan los beneficios.

¿Qué puedo hacer? ¿Comerme el coco cada vez que quiero comprarme algo? ¿Dejar de comprar mis marcas preferidas o en según qué hipermercados? ¿Por qué tengo que ser yo el primero en hacerlo, si los demás siguen como siempre? El día en que los futbolistas se nieguen a jugar un partido si no es con pelotas fabricadas de forma justa, yo también cambiaré mi actitud.

Además, si dejamos de comprar determinadas marcas que quizás abusan un poco de otras personas, dejaremos a niñas y mujeres sin trabajo. Es mejor que cobren poco, pero que no se queden sin trabajo, ¿no?

## Marta

Después de pasar mucho tiempo en el paro, ahora tengo un empleo que me reporta un salario que no me alcanza para poder tener una vida independiente. Es decir, que vivo con mis padres porque el contrato basura que tengo no me alcanza para pagar un alquiler.

Soy muy consciente de que en el mundo hay millones de personas que no pueden cubrir sus necesidades básicas y que muchísimas trabajadoras sufren explotación laboral. Pero en todas partes cuecen habas y, en nuestro país, también hay muchos problemas que deben resolverse.

Yo ya tengo suficientes quebraderos de cabeza como para ver si lo que consumo es de una marca que explota a las mujeres o no. Yo me fijo en el precio y compro lo más barato o lo que está de oferta.

Lo que hay que hacer es concentrarse en solucionar los problemas de casa primero. Luego ya podremos mirar más allá.

## Gema

Yo no sé si lograré cambiar el mundo, pero no puedo quedarme sin hacer nada ante las injusticias. Tenemos la obligación de hablar por aquellas personas que viven en situaciones de injusticia.

Si en las tiendas muestro interés por las condiciones laborales con las que se ha fabricado la ropa, si utilizo los buzones de sugerencias para pedir responsabilidades, estoy contribuyendo a que las cosas cambien. Si en lugar de comprar dos piezas a bajo precio, escojo una sola prenda con mejores garantías de fabricación, aunque sea algo más cara, estoy realizando un consumo responsable y colaboro en el decrecimiento que deberíamos plantearnos ya sin dilación desde todos los ámbitos de nuestra sociedad.

Yo formo parte de una ONG y participo en varias asociaciones solidarias. Aunque estudio y trabajo, empleo gran parte de mi tiempo en acciones y movilizaciones destinadas a denunciar situaciones de injusticia, tanto aquí como en otros lugares del mundo.

15. Y tu ¿qué piensas?

16. ¿Qué papel jugamos nosotros en todo esto? ¿La movilización social puede hacer que las cosas cambien? ¿Sirve de algo implicarse?