

TRANSFERÊNCIA >> A Nike e a Adidas estão em negociações com a melhor fundista portuguesa da actualidade, e pode acontecer que Jessica Augusto, que pretende liberdade no seu quadro competitivo, deixe o Maratona

Jessica entre multinacionais

António Flor

Três anos depois de se ter transferido do Braga para o Maratona, Jessica Augusto, a melhor fundista portuguesa da actualidade, pode estar de saída da equipa crónica campeã nacional de crosse e de estrada. A fundista portuguesa, campeã de Portugal de cortamato nos três últimos anos e recordista nacional dos 3000 m obstáculos, está a ser alvo de uma guerra entre duas multinacionais ligadas ao desporto: a Adidas, actual patrocinadora

Jessica gosta de correr em pista, mas no Maratona não o conseguirá fazer em exclusivo

do Maratona e de todas as manifestações que o clube organiza (as meias maratonas das pontes de Lisboa), e a Nike, que pretende ter Jessica nos seus quadros. A confirmar-se a mudança, será uma das primeiras atletas a representar uma marca desportiva no País.

"Neste momento, estão em negociações. Tudo pode ainda acontecer, desde a saída até à sua continuidade", assegurou a O JOGO uma



Pretendida > Jessica Augusto quer deixar o cortamato, podendo trocar o Maratona por Nike ou Adidas

fonte próxima do processo. Em cima de mesa, de acordo com outra fonte, já nem estão as propostas financeiras – uma vez que a da Adidas igualou, pelo menos, a da

Nike –, mas sim o quadro competitivo, sendo certo que, no Maratona, as obrigações em termos de estrada e de crosse serão incompatíveis com o gosto pessoal da

atleta pela pista.

Ainda no último Mundial de pista coberta, onde Jessica teve com uma participação modesta nos 3000 m, a fundista fez referência ao de-

sejo de mudança, precisamente por se querer dedicar à especialidade que mais aprecia: a pista. "Nem que tenha de perder dinheiro!" – disse na altura. ■

Marcas já ganham aos clubes

TENDÊNCIA Nike, Adidas e New Balance repartem atletas

Caso se venha a concretizar a mudança de Jessica Augusto de um clube para uma marca desportiva, o caso, apesar de ser raro, não será inédito no panorama português. Já nas décadas de 80/90, as de ouro do meio-fundo e fundo luso, houve portugueses a representar uma marca desportiva, a New Balance.

Representar marcas de artigos desportivos não é um hábito europeu, mas sim norte-americano. Nos EUA, como é sabido, não há clubes. Todo o desporto está assente nas universidades, e os atletas que se destacam são depois contratados por Nike, Adidas ou New Balance, as três empresas mais conhecidas. Tyson Gay, duplo campeão mundial, é da Adidas, e Bernard Lagat da Nike.

Em Espanha, nos últimos anos as marcas desportivas têm ganho algum terreno, particularmente no meio-fundo e fundo – Marta Dominguez e Reyes Estevez são da Nike. O objectivo, puramente comercial, é levar, aos amantes do jogging, os sapatos que os craques usam. Em Itália, França ou Alemanha, três potências do atletismo europeu, tal já não acontece. O apoio da marca confina-se ao material desportivo. ■