



Universidad de
La Sabana

17 de mayo del 2018

Campus[®]

ES MUNDIAL

Especial
Mundial Rusia
2018

Los gladiadores de hoy

Por **Ronald Forero Álvarez**,

filólogo y profesor de la Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

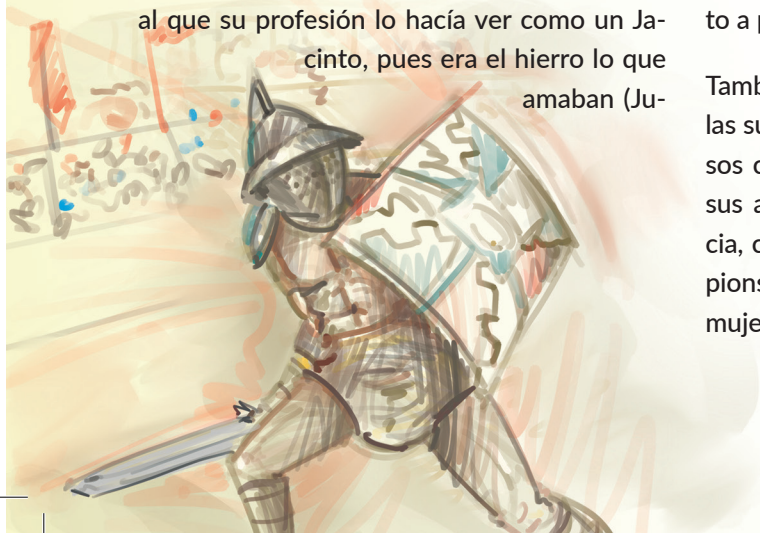
En el Imperio romano, los gladiadores tenían tanta fama como la que ahora gozan James, Messi o Cristiano Ronaldo. ¿La razón? El valor que demostraban estos luchadores al pisar la arena de los anfiteatros, pues debían comparecer ante miles de espectadores sedientos de sangre que les gritaban: “¡Mátalo, azótalo, quémalo! ¡Por qué corre tan cobarde hacia la espada! ¡Por qué lo mata con tan poca violencia! ¡Por qué muere con tan poco ánimo!” (Séneca, Epístolas morales a Lucilio, I.7.5.4-7). Pero también por su notable físico —forjado por el exigente entrenamiento diario—, el cual se exhibía en cada enfrentamiento, tal como lo hacen los futbolistas de hoy cuando logran anotaciones decisivas o memorables.

Tal era su éxito entre las romanas que Epia, la mujer de un senador, abandonó a su esposo y a sus hijos para ir detrás de Sergio, un gladiador lleno de cicatrices y deformaciones al que su profesión lo hacía ver como un Jacinto, pues era el hierro lo que amaban (Ju-

venal, Sátiras, 6.104-112). No era para menos. Lograr varias victorias en uno de los espectáculos más sangrientos de la antigüedad era como ganar un botín o un Balón de Oro, dado que los enfrentamientos no solo eran contra otros gladiadores, sino también contra animales salvajes como leones, osos y tigres.

La afición del pueblo romano fue tan grande que incluso emperadores saltaron a la arena para mostrar a su pueblo su valentía. Generalmente, los gladiadores eran esclavos o condenados a muerte; pero, a medida que el espectáculo iba ganando popularidad, ciudadanos pobres y extranjeros encontraban en este peligroso juego un oficio que les proporcionaba un plato de comida diario, un techo y una última oportunidad para alcanzar fama y fortuna —a las que aspiran muchos futbolistas de origen humilde—. Las escuelas de gladiadores, sin embargo, eran las más duras de la antigüedad y el aspirante debía estar dispuesto a padecer todo tipo de vejaciones.

También hubo gladiadores de élite que —como las superestrellas actuales— firmaron cuantiosos contratos y lucharon pocas veces al año; sus actuaciones se esperaban con impaciencia, como si se tratara de la final de la Champions League o de la Copa del Mundo. Las mujeres que participaban eran un espectáculo



“Estas derrotas provocan (...) las lágrimas de los jugadores, quienes, cabizbajos, se retiran de la arena y esperan otra oportunidad para tomar venganza de sus rivales, como “el gladiador herido que jura dejar la batalla, pero que luego toma sus armas de nuevo olvidándose de sus viejas heridas”.

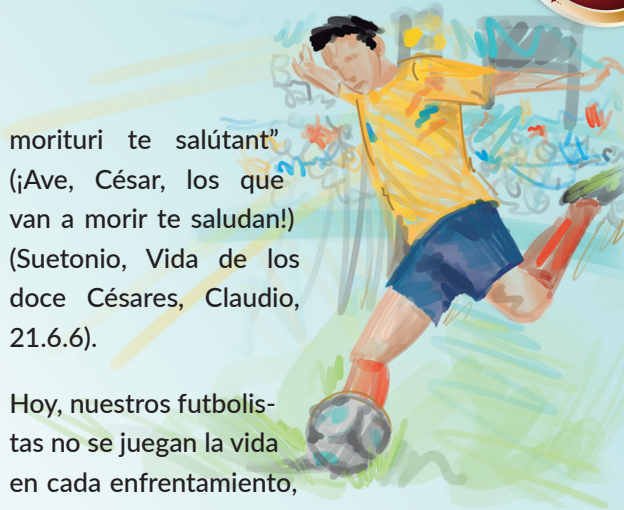
raro y exótico, como las llamadas Amazonas, apelativo otorgado a las gladiadoras que con fiereza lucharon entre sí en el año 89 d. C.

El espectáculo era patrocinado por el emperador o un ciudadano acaudalado, tras obtener un permiso especial. El objetivo era celebrar un acontecimiento notable, entretener al pueblo romano o favorecer aspiraciones políticas —de ahí la conocida expresión de Juvenal “panem et circenses” (pan y circo) (Sátiras, 10.81)—. El evento podía prolongarse por varios días, tal como sucedió en la celebración de Trajano por su victoria sobre los dacios (108-109 d. C.), la cual duró cerca de 123 días y en la que murieron 10.000 gladiadores y 11.000 bestias.

Otro tipo de espectáculos mortales del agrado de los romanos eran las naumaquias, representaciones de batallas navales famosas. Tal vez la más célebre fue la del lago Fucino, organizada por el emperador Claudio, en la que los participantes —condenados a muerte, no gladiadores como comúnmente se cree— pronunciaron como despedida: “Have Cáesar,

morituri te salútant”
(¡Ave, César, los que van a morir te saludan!)
(Suetonio, Vida de los doce Césares, Claudio, 21.6.6).

Hoy, nuestros futbolistas no se juegan la vida en cada enfrentamiento, pero sí el éxito y la estabilidad de sus carreras. Se les alaba cuando logran gestas inesperadas, como la alcanzada recientemente por la Roma, que venció 3-0 al Barcelona en el partido de vuelta de la Champions League a pocos metros del Anfiteatro Flavio —una remontada propia de gladiadores, puesto que había perdido 4-1 en el partido de ida—. A un Barcelona que en la misma competición apenas un año antes había desafiado todos los pronósticos al vencer al Paris Saint-Germain 6-1, luego de haber perdido estrepitosamente 4-0 en el partido de ida. Estas derrotas provocan el desprecio e insultos de los hinchas y la tristeza y las lágrimas de los jugadores, quienes, cabizbajos, se retiran de la arena y esperan otra oportunidad para tomar venganza de sus rivales, como “el gladiador herido que jura dejar la batalla, pero que luego toma sus armas de nuevo olvidándose de sus viejas heridas” (Ovidio, Pónticas, 1.5.37-38). 🚫



Lo que debes saber antes de volar a Rusia

De acuerdo con el último informe de la FIFA, Colombia es el cuarto país que más entradas ha comprado para el Mundial de Rusia 2018. Sin embargo, ¿qué tanto sabe el colombiano sobre la cultura rusa?, ¿conoce cómo debe comportarse, cuáles temas tocar y cuáles no?, ¿sabe cómo cambiar su dinero antes de volar para sacar lo mejor del viaje? Para responder estas preguntas, Campus habló con Evgeny Zhukov, periodista ruso graduado de la Universidad de La Sabana y radicado en Colombia, y Laura Carreño Bolívar, profesora de planta del Departamento de Lenguas y Culturas Extranjeras experta en estudios multiculturales. A continuación, algunos de sus datos y consejos prácticos:



Evgeny Zhukov

1. "Sé prudente con lo que dices en internet. No insultes al gobierno ni a otros, esto está regulado por diferentes leyes; hay control, pero no censura".
2. "El euro y el dólar solo se aceptan en ciudades grandes como Moscú y San Petersburgo, puesto que la moneda oficial es el rublo. Si vas a comprar dólares, euros o rublos en Colombia, pide que los marquen con un sello de tinta invisible, dado que, si el sello es visible en los billetes, cuando llegues a Rusia se presumirá que tu dinero es falso y no lo cambiarán".
3. "Los días en el verano pueden ser muy largos: en algunas ocasiones amanece a las 3:00 a. m. y anochece a las 12:00 a. m.".
4. "Junio, julio y agosto son meses muy calurosos. La temperatura puede llegar a 35 grados centígrados".
5. "Ten en cuenta la diversidad cultural: en una ciudad de Rusia pueden convivir más de 100 etnias. El respeto por la diferencia es clave".
6. "No le digas a un ruso que Estados Unidos ganó la Segunda Guerra Mundial, tampoco le hables de Gorbachov. Estos temas son muy sensibles y suelen evidenciar el choque con la visión occidental de la historia".
7. "Nunca debe pagarse directamente a la tendera en una tienda de barrio. Esto debe



hacerse a través de una vasija ubicada en el mostrador para dejar y recoger el dinero. Si no se respeta este protocolo, la tendera lo considerará como una ofensa”.

8. “El ruso ama quejarse de su país, pero ¡pobre del extranjero que le dé la razón si se queja!, porque puede encontrar problemas. Nunca lo hagas”.

9. “No se recomienda tomar agua de la llave, contiene demasiado hierro”.

10. “Siempre debe llevarse un regalo a donde sea que se vaya de visita, pero este nunca debe ser amarillo, porque este color se asocia con las despedidas. Si llevas flores, asegúrate de que el número sea impar, pues los ramos de número par se asocian con los funerales, al igual que los claveles, en especial si son rojos”.

11. “Si no tienes mucho tiempo, es mejor que no preguntes: ‘¿Cómo estás?’, porque el ruso tomará muy literal la pregunta y contestará con la historia de su vida”.

12. “No esperes una sonrisa de vuelta si le sonríes a un ruso, él solo da la sonrisa a quien ya conoce”.

Profesora Laura Carreño Bolívar

1. “Conoce con antelación los medios de transporte en los que te movilizarás”.

2. “Ten en cuenta la diferencia de horarios dentro del mismo país. Rusia tiene hasta once husos horarios”.

3. “Ten la mente abierta. No estás en tu país, debes adaptarte a la cultura local y evitar hacer comentarios ofensivos hacia los demás”.

4. “Si tienes la posibilidad, compra una SIM con internet. Si no, antes de tu viaje descarga aplicaciones que funcionen offline”.

“Ten en cuenta la diversidad cultural: en una ciudad de Rusia pueden convivir más de 100 etnias. El respeto por la diferencia es clave”.

Estas son algunas de las aplicaciones más útiles para tu viaje:



Google Maps

Puedes descargar los mapas con antelación y consultarlos offline. La ubicación se da por GPS cuando no hay internet.



Google Translate

Traduce texto y voz en más de 100 idiomas.



Wifi Finder

Permite encontrar las redes gratuitas de wifi que hay en cualquier ciudad del mundo.



TriplT

Guarda tus confirmaciones de vuelo, hospedaje, renta de autos, entre otros, y los agrega a un itinerario de viajes. 🌐

El poder de los deportistas como embajadores de marca

El deporte mueve pasiones, despierta emociones y promueve actitudes en las personas. Además, convierte a los deportistas más admirados y queridos en el ámbito mundial en factores imprescindibles en las estrategias de marketing.

No podemos negar la influencia que tiene el marketing deportivo en el entorno —especialmente en el digital—, puesto que los deportistas se han convertido en una de las vías directas para llegar a los consumidores. Por esto, cada vez más las compañías los integran a sus

estrategias de mercadeo y los designan “embajadores de marca”.

Un embajador de marca es una persona con una presencia digital fuerte que recomienda un producto o servicio de una empresa determinada, con el fin de impactar positivamente en esta y potenciar su imagen (o10media, 2016).

Marcas como Adidas, Reebok, Nike y Puma, entre muchas otras, firman acuerdos de patrocinio con estrellas del deporte que no se limitan a publicaciones en redes sociales, también incluyen el uso frecuente de sus productos y apariciones públicas como imagen de marca. Por lo tanto, la fama no debe ser el único indicador que tengan las compañías a la hora de elegir a sus embajadores.

El deportista “entrega” a su patrocinador una amplia audiencia que está interesada día a día en lo que hace, siente y consume.



Según la plataforma Ambassador, que recluta influenciadores según los objetivos de determinadas empresas, estas son las características que debe tener en cuenta una marca para establecer su programa de embajadores:

- **Conocimientos en marketing:** es vital que los deportistas sean conscientes de la importancia de hacer mercadeo auténtico y que conozcan su rol en el desarrollo de una campaña determinada.
- **Presencia online establecida:** los embajadores deben tener una audiencia digital amplia y comprometida.
- **Profesionalismo:** deben compartir los valores de la compañía para que los mensajes no se sientan forzados.
- **Liderazgo:** al ser figuras que cuentan con varios seguidores, tienen un nivel de influencia en las decisiones de estos, por lo cual es importante que inspiren confianza y positivismo.
- **Retroalimentación y propuestas:** es importante que estos embajadores se sientan comprometidos con las estrategias de las marcas. Es clave que den retroalimentación sobre lo que puede o no funcionar y propongan alternativas según las necesidades del público (Kapadia, 2015).

Las empresas no están exentas de riesgos al integrar deportistas a su imagen. Cuando estos se ven envueltos en escándalos, surge la necesidad de cancelar los patrocinios para

Los deportistas deben compartir los valores de las compañías para que sus mensajes no se sientan forzados.

proteger los valores de la marca. Por ejemplo, el señalamiento de dopaje de Lance Armstrong significó el retiro del apoyo de Nike, RadioShack y Trek-Bicycle Corporation; Oscar Pistorius perdió el soporte de Nike y Oakley tras ser acusado de asesinato; y marcas como Nike, Porsche y Tag Heuer dejaron de patrocinar a María Sharapova por una sanción de dopaje.

La influencia de los deportistas es un gran determinante en la visibilidad de las marcas y sus objetivos comerciales. Por lo tanto, estas no solo deben hacer una inversión económica alta, sino también deben detenerse en las cualidades que identifican al personaje con la empresa y sus consumidores. 🚫

Referencias

- Kapadia, A. (2015). 6 key characteristics of a successful brand ambassador. Recuperado de <https://goo.gl/2QGN5m>
- O10media. (2016). Embajadores de marca: ¿qué son y cómo nos pueden ayudar? Recuperado de <https://goo.gl/x4X8bA>



La tecnología, otro protagonista del Mundial

Un nuevo balón y el video assistant referee entran al juego

Por **William Daniel Moscoso B.**,

profesor de Ingeniería Informática de la Facultad de Ingeniería

Con la incorporación de la tecnología en el ámbito deportivo, la FIFA y Adidas, empresas encargadas del diseño de los balones desde hace 48 años, buscan capturar nuevamente la atención de los aficionados.

El balón interactivo Telstar 18



El nuevo balón del Mundial de Fútbol FIFA Rusia 2018 llamado Telstar 18 está inspirado en la versión del modelo clásico utilizado en México 70'. Como dato curioso, en ese año se brindó a los espectadores la experiencia de ver una copa del mundo por primera vez a color, pero como la gran mayoría de los televisores de la época eran con imagen monocromática, se pensó en un balón que pudiera distinguirse en las pantallas durante las transmisiones a través de esa mezcla de blanco y negro. El nombre del balón se origina en el acrónimo en inglés que junta las palabras “televisión” y

“estrella”, es decir, la “Estrella de la Televisión”. El Telstar 18 se encuentra en el mercado en cuatro modelos (oficial con NFC, Replique, Glider y Mini) que oscilan entre 13 y 165 dólares. Su fabricación incorporó materiales sustentables que lo recubren con seis paneles con la mezcla de color blanco y negro pixelado. Una de las más grandes innovaciones es la inclusión de un chip dentro del balón que funciona con la tecnología near field communication (NFC), la cual permite al usuario leer desde su smartphone el chip y acceder a información sobre el balón, productos Adidas, actividad dada por el número de golpes, ubicación y retos promovidos por la FIFA. Según la página oficial de venta del balón (www.adidas.co/balon-oficial-partidos-copa-mundial-de-la-fifa-2018), la mayoría de los dispositivos con la tecnología NFC, ya sea Android o iPhone a partir de la versión 7, cuentan con la capacidad para acceder a la página del servicio del balón si se acercan al mismo, sin necesidad de tener una aplicación móvil instalada. Así mismo, la tecnología permite interactuar con otros usuarios para

compartir la ubicación y los resultados de los retos a través de las redes sociales.



Más ojos para el árbitro: sistema video assistant referee

En Mundiales pasados las decisiones arbitrales han determinado la historia de las selecciones, por ello, desde hace unos años, la FIFA ha venido trabajando de la mano con la tecnología a través de la implementación del sistema *video assistant referee* (VAR) en sus competiciones oficiales como una forma de ayudar a los jueces a verificar sus decisiones. El sistema VAR funciona mediante una red de cámaras ubicadas en una sala balompié, luego de haber tenido una primera incursión en el Mundial de Brasil 2014 con un sistema de verificación en la línea de gol.

Esta tecnología será incluida en las leyes del fútbol 2018-2019 y podrá utilizarse no solo oficialmente en el Mundial de Rusia, sino también en las demás competiciones de las diferentes ligas del mundo, teniendo en cuenta pruebas anteriores en torneos como el Mundial de Clubes del 2016, la Copa Libertadores 2017 y la Copa Confederaciones 2017, con las que se comprobó que los goles conseguidos en los partidos tenían un 98% de precisión.

“Una de las más grandes innovaciones es la inclusión de un chip dentro del balón que funciona con la tecnología near field communication (nfc), la cual permite al usuario leer desde su smartphone el chip”.

En esta nueva edición del Mundial, el sistema VAR se utilizará en las siguientes circunstancias:

- Revisión del gol anotado. Se evaluarán situaciones de infracción como fuera de lugar, faltas, manos u otras acciones sospechosas.
- Cuando se deba determinar la sanción de pena máxima o no dentro de una jugada. Para ello se examinarán todas las jugadas en el área y cerca de esta.
- Al momento de sacar una tarjeta roja. Se vigilará la correcta expulsión de un jugador.
- Para evitar equivocación en la identificación de jugadores.

Los aficionados y los diseñadores de las tecnologías deberán esperar los resultados de su comportamiento en este anhelado Mundial, en el cual se espera una buena participación de la selección nacional. 🚫

No solo la selección de fútbol espera buenos resultados en el Mundial

Por **Wilson Fernando Rodríguez Gómez**,

profesor del Departamento de Finanzas de la Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas.

El jueves 14 de junio del 2018, en el Estadio Olímpico Luzhnikí de Moscú, comenzará la vigésima primera edición de la Copa Mundial de Fútbol. En este certamen participarán 32 equipos, entre los cuales estará la Selección Colombia. Será, además, la sexta ocasión en que el combinado tricolor estará presente en esta competición.

Tras su participación en los mundiales de 1962, 1990, 1994, 1998 y 2014, la selección acumula un total de siete partidos ganados, dos empatados, nueve perdidos, 26 goles a favor y 27 goles en contra. En la edición de Brasil 2014 tuvimos nuestro mejor desempeño al llegar a cuartos de final.

Los resultados de esta gran pasión por el fútbol no solo se ven en la cancha. La economía del país y, en concreto, las finanzas personales juegan su propio Mundial, en el cual se evidencian más ganadores que perdedores.

En el 2014, los colombianos demostramos estar dispuestos a expresar nuestro entusiasmo y admiración por la selección nacional llenando álbumes y comprando camisetas, indumentaria, vuvuzelas, banderas, gorros, televisores, entre otros productos

promocionales. Incluso era común ver en las calles mascotas y hasta vehículos con prendas alusivas a la tricolor.

Por tal razón, trataré de ilustrar con algunas cifras el efecto que produce la asistencia de la selección a la Copa Mundial en las finanzas de los colombianos y el comportamiento del sector comercio.

Primero, uno de los pasatiempos que más atraen a los colombianos es llenar el álbum Panini, el cual, para la edición de Rusia 2018, requiere 670 láminas. El álbum tiene un costo de \$6.000 en la versión tradicional y de \$25.000 en la de pasta dura. Además, comprar la caja con 104 sobres tiene un costo de \$218.400; cada sobre con cinco láminas cuesta \$2.100.

En el 2010, en el estudio Paninimania: sticker rarity and cost-effective strategy se calculó que una persona que solo compra sobres individuales necesita 931 para completar el álbum. En Colombia esto equivaldría a \$1.955.100, cifra especialmente significativa si se compara con el ingreso promedio. Sin embargo, pueden tomarse algunas estrategias para llenar el álbum con un costo aproximado de \$400.000.

En segundo lugar, todos quisiéramos tener los mejores dispositivos para ver los 64 partidos en la comodidad de nuestros hogares. En este sentido, los televisores hacen parte del mercado que más adquiere dinamismo por el fenómeno mundialista. En un reporte publicado por el diario El Colombiano en febrero del presente año algunas empresas de tecnología planteaban sus expectativas sobre el mercado a raíz de los efectos de la Copa Mundial. Partiendo de un estudio realizado por Nielsen, en el cual se encontró que entre mayo y junio del 2014 las ventas de televisores registraron un aumento de 72% frente al mismo periodo del 2013, este año Samsung espera incrementar sus ventas de televisores en un 48%, LG en un 25% y Kalley en un 23,33%.

Además, en tercer lugar, a un hincha no puede faltarle la camiseta de su selección. Adidas reportó que, para el pasado Mundial, vendió más de un millón de camisetas (Portafolio, 2014). Esta cifra es un récord que podría ser dos o tres veces mayor si se tuviera registro del sector informal, en el cual se conseguían prendas desde \$10.000.

Por su parte, la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) informó que con el Mundial de Brasil las ventas del sector se incrementaron en un 23% solo en el mes de la competición, sin contar con la dinámica que generan las fechas previas al evento. El año pasado, Fenalco declaró que las ventas de licores aumentan un 40% cuando juega la selección y en un solo partido el comercio mueve entre 1,02 y 1,7 millones de dólares más de lo normal (La República, 2017).

Debemos ser conscientes de que el contexto



“La economía del país y, en concreto, las finanzas personales juegan su propio Mundial, en el cual se evidencian más ganadores que perdedores”.

no es el mismo: no es el regreso de la selección después de 16 años sin ir a un Mundial, los horarios de los partidos son en la madrugada, la selección no pasa por su mejor momento futbolístico; sin embargo, lo expuesto da buenas señales para una economía que el año pasado alcanzó un magro crecimiento de 1,8%, pero que se ve motivada por el repunte en los precios del petróleo, las bajas tasas de interés y la euforia originada por 32 días de fútbol que aumentarán el consumo y optimismo en los hogares. 🏆

Referencias:

Alfonso, K. (octubre 10, 2017). Lo que pierde el consumo nacional si la Selección no va al mundial. La República, recuperado de: <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/mundial-seleccion-economia-gano-61172>

Ballesteros, A. (febrero 28, 2018). El Mundial Rusia 2018 le marca el ritmo a las ventas de televisores en Colombia. El Colombiano, recuperado de: <http://www.elcolombiano.com/negocios/marcas-de-televisores-con-la-mira-en-el-mundial-HD8270876>

Berrocal, Oscar. (julio 04, 2014). Con el mundial y la selección, la economía ya gana. Portafolio, recuperado de: <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/mundial-seleccion-economia-gano-61172>

Sardy, S. y Velenik, Y. (2010). Paninimania: Sticker rarity and cost-effective strategyx. Swiss Statistical Society, Nr 66, 2-6.

Juan Felipe Mejía, el graduado de Comunicación que se destaca en la FIFA

El comunicador social y periodista de La Sabana viajará a Rusia para representar a la FIFA como oficial de medios durante la Copa Mundial de Fútbol.

20 años después de obtener su título como Comunicador Social y Periodista de la Universidad de La Sabana, Juan Felipe Mejía anota el gol de su vida: ha sido seleccionado por la FIFA para ser oficial de medios durante el Mundial de Rusia 2018. Luego de participar en la organización de la Copa Mundial de Fútbol Sub-20 de 2011 de Colombia, recibió un segundo voto de confianza para ser parte del selecto grupo de 24 oficiales que se encargará de los 16.000 periodistas que cubrirán el gran evento deportivo.

“Desde muy pequeño soñé con estar involucrado en el fútbol. Quería ser futbolista, pero no se me dio. Lo que sí se me dio fue hacer periodismo deportivo, dedicarme a hablar y escribir sobre lo que más me gusta. Nunca imaginé trabajar en la operación del fútbol representando a la FIFA. Con el tiempo, fui entendiendo cómo podía encontrar otros horizontes diferentes al periodismo tradicional y especializarme en un tema apasionante”, cuenta Mejía, quien trabajó en la Federación

Colombiana de Fútbol cuando estuvo a cargo de hacer el montaje de medios de la Copa Sub-20.

Esa experiencia le permitió entender la infraestructura de los medios dentro de un evento futbolístico, lo cual ahora le impone nuevos retos en la ciudad de Saransk, donde estará al frente de la operación del partido Colombia vs. Japón, y en la ciudad de Nizhni, donde estará en los partidos de octavos y cuartos de final. En ellos, deberá coordinar la ubicación de entre 800 y 2.000 periodistas y camarógrafos en el estadio, garantizarles espacios de trabajo, procurar el cumplimiento de los protocolos de intervención de la prensa y lo que considera más complicado: coordinar las ruedas de prensa. “Cuando termina un partido de fútbol, comienza el verdadero partido para los oficiales: en medio de tantas emociones, debemos garantizar entrevistas y ruedas de prensa equilibradas”, dice Mejía, quien iniciará su aventura el 6 de junio, cuando viajará a Moscú para encontrarse con el equipo de oficiales.





**Juan Felipe Mejía
trabaja con
los productores,
camarógrafos y sonidistas
más importantes del
mundo del fútbol.**

Operations Senior Associate de CONCACAF, ambos serán los únicos embajadores del país dentro del equipo de oficiales de medios. “Es un orgullo inmenso. Que dos de las 24 personas fichadas por la FIFA seamos de Colombia nos da la sensación de que algo debemos estar haciendo bien. Desde este cargo, de alguna manera hacemos patria”, expresa. 🇨🇴

Antes de su viaje, hace un recuento de su carrera periodística y vuelve a La Sabana, donde empezó todo: “En este momento se fortalecen las certezas que adquirí cuando estudié en esta Universidad: la ética profesional, por ejemplo, sobre la que tanto me insistieron en mi juventud, es indispensable para trabajar en el fútbol, porque hay elementos en ese mundo que son muy difíciles de manejar”, asegura.

Recuerda, además, que fue en este campus donde forjó su carácter: “En las clases de redacción nos ponían al límite. Debíamos ser muy buenos, producir textos excelentes en poco tiempo. Eso mismo lo vivo ahora en la FIFA: trabajo al tope del estrés por garantizar que todo salga bien en un evento sobre el cual el planeta tiene puestos los ojos”, dice.

El graduado representará a Colombia junto con su compañera Laura Rodríguez, Media

“En este momento se fortalecen las certezas que adquirí cuando estudié en esta Universidad: la ética profesional, por ejemplo, sobre la que tanto me insistieron en mi juventud, es indispensable para trabajar en el fútbol...”.

—◆—
**Alumni
Sabana**

Siempre en Contacto

¿Cómo es el cuidado de la salud de un deportista?

Henry Humberto León Ariza,

médico, licenciado en Educación Física y doctor en Biociencias.

Michael Phelps, nadador olímpico estadounidense retirado, llegaba a consumir de 10.000 a 12.000 calorías al día para mantenerse en un estado óptimo. Henry Humberto León Ariza, profesor de la Facultad de Medicina, médico, licenciado en Educación Física y doctor en Biociencias, explica cómo debe ser el cuidado de la salud de un deportista profesional.

Los deportistas profesionales requieren de controles médicos permanentes. Estos controles son obligatorios antes de comenzar su proceso de preparación y se mantienen hasta los días previos a las competencias.

La mayor cantidad de las consultas médicas asociadas al deporte se deben a traumas y lesiones por sobreuso. Sin embargo, los daños corporales varían según el deporte y la posición en que este se practica; por ejemplo, en el fútbol las lesiones en los defensores, delanteros y arqueros no suelen ser las mismas. Asimismo, es frecuente que cuando los deportistas entrenan muy fuerte tengan más episodios gripales, dado que su capacidad inmunológica disminuye. Una de las funciones del médico es prevenir condiciones raras, como los cambios patológicos que pueda sufrir el corazón en respuesta al esfuerzo físico.

Los hábitos de vida de un deportista profesional son diferentes a los de las demás

personas; un ejemplo es la alimentación: una persona promedio consume alrededor de 2.000 calorías diarias, mientras que un deportista puede triplicar esa cantidad; hay deportes en los que se entrena durante ocho horas diarias. Michael Phelps, nadador olímpico estadounidense retirado, llegaba a consumir de 10.000 a 12.000 calorías diarias. Además de ingerir muchas más calorías, los deportistas son cuidadosos con el consumo de grasas de origen animal y de azúcares simples. Asimismo, necesitan grandes cantidades de proteínas y carbohidratos complejos. También llevan un control estricto de su alimentación, no solo en el tipo de alimento, sino en las porciones y la frecuencia de consumo. Igualmente, deben evitar las situaciones de estrés. Se les recomienda no trasnochar ni consumir licor o fumar, puesto que estas acciones pueden disminuir su rendimiento y aumentar el riesgo de padecer enfermedades.

El papel del médico en la vida de un deportista es importante: realiza las pruebas de ingreso



a los equipos; evalúa en compañía de otros profesionales las capacidades físicas —como la fuerza, la resistencia o la velocidad—; es el responsable de autorizar la participación en una competencia; controla los medicamentos que eventualmente debe recibir el deportista; sugiere intervenciones específicas desde el entrenamiento, la fisioterapia o la nutrición que ayuden a disminuir el riesgo de sufrir lesiones; y es el responsable de las

intervenciones médicas para la curación y la rehabilitación deportiva.⚡

Una persona promedio consume alrededor de 2.000 calorías diarias, mientras que un deportista puede triplicar esa cantidad.



Y después del Mundial, ¿qué me queda?

Cada cuatro años, el Mundial de Fútbol congrega a individuos de más de 32 países en una sola nación, los vuelca hacia objetivos comunes de entretenimiento, consumo y deporte. Al ser un acontecimiento de tanta influencia, expertos en familia, educación e instituciones consideran que es una buena oportunidad para reforzar los valores de estos ámbitos.

De acuerdo con Andrés Mauricio Cano, profesor del Instituto de La Familia de la Universidad de La Sabana, en un equipo de fútbol cada jugador siempre debe saber dónde está su compañero y estar atento a sus necesidades. Según el profesor, lo mismo debe suceder en un hogar, dado que el amor hace que los familiares se preocupen unos por otros. Además, los padres —como los árbitros en un partido— son quienes deben fijar las normas y los límites de comportamiento —con los adolescentes puede negociarse, pero los padres deben poner las pautas—; sin embargo, más que ser árbitros, deben ser coaches de la familia: entrenadores atentos a sacar lo mejor de cada integrante.

Si se pierde el partido, es responsabilidad de todos, expresa el profesor. Cuando algo le pasa a uno de los miembros de una familia, todos deben responder. Si alguno ve que el otro está cometiendo un error, es su responsabilidad hacer algo para corregirlo o ayudarlo.

Estas semejanzas con el fútbol permean también los ambientes de la academia y

la empresa, dado que, pueden tratarse conceptos como el trabajo en equipo, la actitud positiva y constructiva entre todos los integrantes, el juego limpio, la justicia y la escucha mutua. Estos principios están inscritos en el reglamento y los códigos oficiales de comportamiento de la FIFA para el Mundial de Rusia, y son de obligatorio cumplimiento para todos los miembros, tanto de la organización como de las delegaciones en competencia.

Por lo anterior, la psicóloga educativa Martha Barrera, de la Dirección Central de Estudiantes, explica que, aplicados al campo académico, estos son principios de impacto para el éxito de los estudiantes: 1. El trabajo en equipo, las observaciones constructivas y la escucha mutua permiten el avance continuo del conocimiento, la investigación y los procesos de aprendizaje, 2. El juego limpio en la comunidad educativa evita situaciones de plagio, copia o deshonestidad. 3. La justicia permite regular y establecer los códigos de cualquier comunidad por medio de un reglamento, como es el caso del nuevo Reglamento de Estudiantes de La Sabana.

Frente al campo de las organizaciones, Lucía Carolina Barbosa, profesora de la Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas (EICEA) y experta en liderazgo, coaching y trabajo en equipo indica: “El fútbol es pasión y, por supuesto, disciplina, dos factores que se necesitan para que una organización funcione adecuadamente”. Además, aclara que la sinergia, la actitud positiva, el conocimiento, el respeto de los valores y normas propios de cada equipo y la

corresponsabilidad deben ayudar a conseguir buenos “marcadores” para toda la empresa. Así, “las organizaciones conseguirán ser productivas, lograrán altos desempeños y serán competitivas”, dice. ⚽

“Los padres –como los árbitros en un partido– son quienes deben fijar las normas (...) sin embargo, más que ser árbitros, deben ser coaches de la familia: entrenadores atentos a sacar lo mejor de cada integrante”.



La faceta geopolítica del Mundial

Cada cuatro años, millones de aficionados al fútbol fijan su atención en un evento de magnitudes planetarias: el Mundial. Masas de espectadores se agolpan en plazas, calles y esquinas para deleitarse con los amagues, las fintas y los “lujos” de los deportistas de mayor resonancia global. Masas de anhelantes hinchas se descaman porque un árbitro omitió pitar un penal o se infartan cuando al guardameta de su escuadra se le filtra un balón por las piernas y tiene dirección de gol. Claro, esas emociones las pueden producir otros deportes, pero salvo si no están reunidos en los Juegos Olímpicos, el único que las capta a escala global es el fútbol.

El Mundial de la Fédération Internationale de Football Association (FIFA) es un evento geopolítico ante todo. Desde la adjudicación de la sede hasta que el campeón se yergue con el trofeo, es un fenómeno de la geopolítica del entretenimiento, del capital (como si pudieran desligarse), de la urbanización y hasta del crimen. Los gobiernos saben que para darse un baño de popularidad y prestigio internacional deben, sí o sí, atribuirse la empresa de recibir a nacionales de 32 países, con todo su esplendor folclórico y sus ansias de consumo, para que vean a 22 jugadores “detrás de un simple balón”.

Vladimir Putin entendió el impulso que le imprimiría a su proyecto geopolítico contrahegemónico organizar semejante

evento deportivo. En la lógica de la estructuración internacional de un norte (dominante) y un sur (dominado) Estados Unidos ya había hecho el de 1994; Alemania los de 1974 y 2006; Inglaterra el de 1966; Francia los de 1938 y 1998; e Italia los de 1934 y 1990. Hasta México (1970), Chile (1962), Uruguay (1930) y Argentina (1978) figuran en tan selecto grupo. Pero Rusia, la imperial Rusia o la todopoderosa Unión Soviética, no. Como no se ha podido ganar el Mundial, presintió Putin, es mejor hacerlo. Y así fue.

Tras un balón se definen el lugar y la magnitud de los países en la diplomacia deportiva. Es una competencia por la atracción del capital deportivo, televisivo, publicitario, hotelero, alimenticio y logístico. Claro que también por el capital de las redes de prostitución, de la informalidad laboral (que raya en la esclavitud), del narcotráfico y del contrabando. Ante todo, es una competencia. Una competencia por cuál sede erige los estadios más imponentes, más modernos y más emblemáticos. Es una lucha por demostrar, mientras 32 naciones se concentran en lujosos hoteles con el fin de planear estrategias que lleven a “un simple gol” y humillen a su rival, cuál país se abre campo en la cerrada élite del fútbol mundial.

Es un combate político que determina los destinos de pueblos y naciones, que



flexibiliza los requisitos migratorios para los ciudadanos de naciones desarrolladas y al menos deja entrar a los de las no tan desarrolladas, camuflado todo en un pitazo inicial y uno final que resuelve en 90 minutos años de preparación técnica y de anhelos allende de las fronteras de la sede. No solo el Mundial contiene una feroz, pero no bélica, confrontación política. Aunque también. Con fútbol se han ido a las armas en Centroamérica, se han amistado pueblos en África y Asia, se han celebrado transiciones políticas y procesos de paz en la Europa balcánica y se han desatado pogromos gracias a odios raciales y étnicos solapados por la historia y la inquina humana.

El Mundial es un fermento político. Allí se cocinan el racismo, también la hospitalidad; la xenofobia, pero también, a su modo, la tolerancia hasta que se pierde al minuto 90; la discriminación, pero también la pluralidad hasta que el "infel" hace gol para Inglaterra o Francia; la dominación más severa y excluyente del capital especulador, pero también las oportunidades de empleo temporal para millones de víctimas de la globalización; etcétera. Un largo etcétera que combina dicotomías políticas, económicas, geopolíticas y sociales que solo conocen unos pocos países del sur (sometido, pero dueño y señor de los trofeos) y del norte (que somete, pero es amo del capital del entretenimiento).

Si bien Putin entendió la dinámica geopolítica del Mundial de Fútbol, sabe bien que es uno de los pocos escenarios donde los del "tercer mundo" desnudan la humanidad de los del "primer mundo" con gambetas y regates de

Es un evento que remarca las desigualdades en la reproducción del capital, pero que, a su vez, permite que por 90 minutos los de "abajo" sometan a los de "arriba".

jugadores nacidos en las excolonias británicas, portuguesas, españolas o francesas. Es un evento que remarca las desigualdades en la reproducción del capital, pero que, a su vez, permite que por 90 minutos los de "abajo" sometan a los de "arriba" alzando la Copa Mundial. Una linda igualdad en la desigualdad envuelta en un simple balón. ⚽



Sigue el Mundial y toma nota de los marcadores

GRUPO A		1°		2°	
		3°		4°	
	Rusia			Arabia Saudita	
	Egipto			Uruguay	
	Rusia			Egipto	
	Uruguay			Arabia Saudita	
	Uruguay			Rusia	
	Arabia Saudita			Egipto	






GRUPO B		1°		2°	
		3°		4°	
	Marruecos			Irán	
	Portugal			España	
	Portugal			Marruecos	
	Irán			España	
	Irán			Portugal	
	España			Marruecos	

GRUPO C		1°		2°	
		3°		4°	
	Francia			Australia	
	Perú			Dinamarca	
	Francia			Perú	
	Dinamarca			Australia	
	Dinamarca			Francia	
	Australia			Perú	

GRUPO D		1°		2°	
		3°		4°	
	Argentina			Islandia	
	Croacia			Nigeria	
	Argentina			Croacia	
	Nigeria			Islandia	
	Nigeria			Argentina	
	Islandia			Croacia	

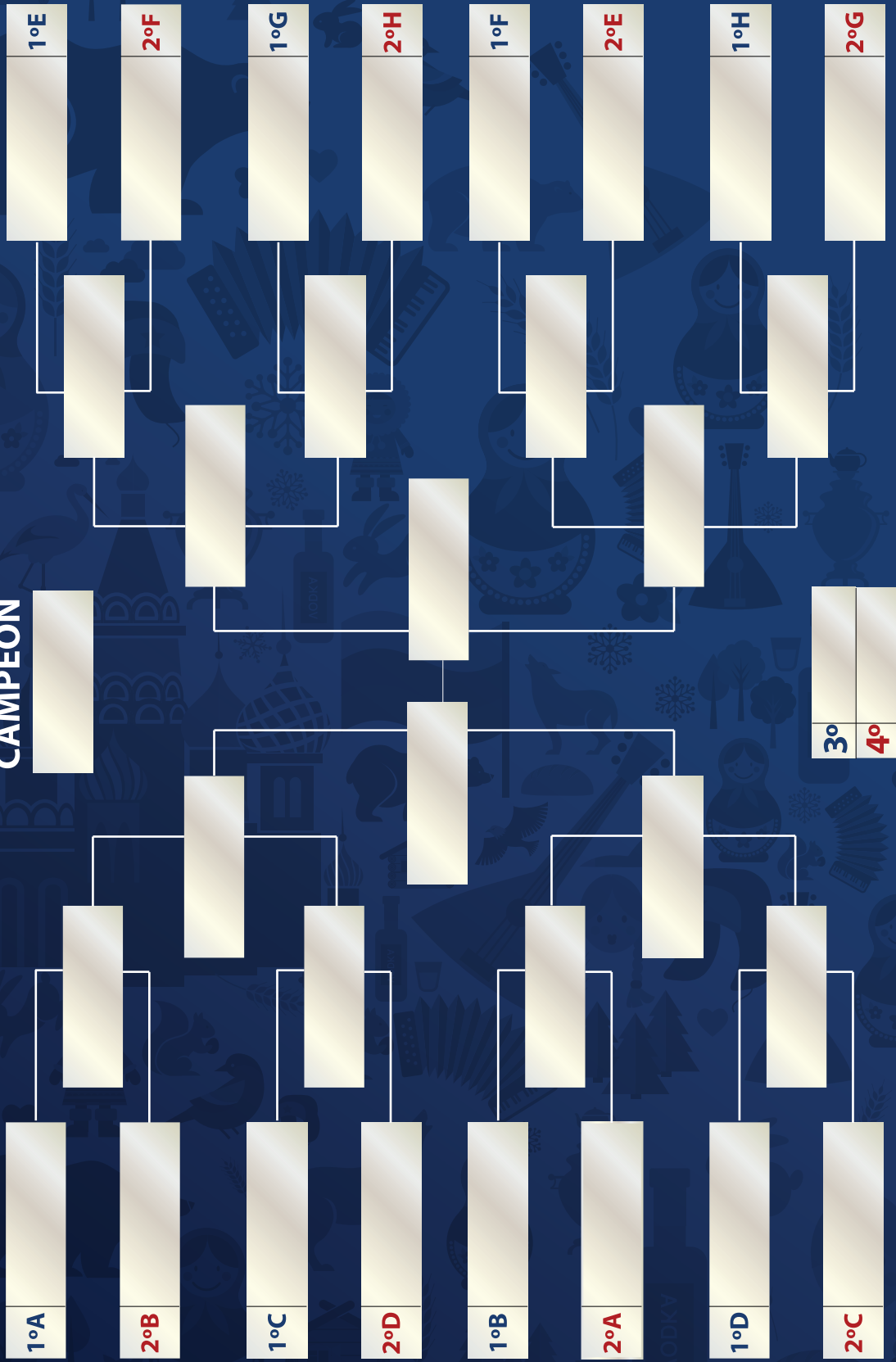
GRUPO E		1°		2°	
		3°		4°	
	Costa Rica			Serbia	
	Brasil			Suiza	
	Brasil			Costa Rica	
	Serbia			Suiza	
	Serbia			Brasil	
	Suiza			Costa Rica	

GRUPO F		1°		2°	
		3°		4°	
	Alemania			México	
	Suecia			Corea del Sur	
	Alemania			Suecia	
	Corea del Sur			México	
	Corea del Sur			Alemania	
	México			Suecia	

GRUPO G		1°		2°	
		3°		4°	
	Bélgica			Panamá	
	Túnez			Inglaterra	
	Bélgica			Túnez	
	Inglaterra			Panamá	
	Inglaterra			Bélgica	
	Panamá			Túnez	

GRUPO H		1°		2°	
		3°		4°	
	Polonia			Senegal	
	Colombia			Japón	
	Polonia			Colombia	
	Japón			Senegal	
	Japón			Polonia	
	Senegal			Colombia	

CAMPEÓN



¡No te pierdas los partidos de nuestra selección!



Colombia / **Japón**
Martes 19 de junio - 7:00 a. m.

Polonia / **Colombia**
Domingo 24 de junio - 1:00 p. m.

Colombia / **Senegal**
Jueves 28 de junio - 9:00 a. m.

Semifinales

Martes 10 de julio
1:00 p. m.

Miércoles 11 de julio
1:00 p. m.

Final

Domingo 15 de julio
9:00 a. m.



Universidad de
La Sabana

Dirección General
Comisión de Comunicación Institucional
Dirección de Publicación
Adriana Patricia Guzmán de Reyes
Cristina Macías Echavarría
Edición General
Cristina Macías Echavarría
Nathaly Salamanca Chivatá
Coordinación de Contenido
Nathaly Salamanca Chivatá
Andrés Mauricio Galindo
Felipe Bernal Castilla
Corrección de Estilo
Sabina Ojeda - Hipertexto

Gestión de Contenidos
Gestores de Comunicación Unisabana
Felipe Bernal Castilla
Dirección de Comunicación Institucional
Fotografía
Andrés Mauricio Galindo
Felipe Bernal Castilla
Diseño y Diagramación
Grafoscopio Estudio Social de Diseño
Impresión
Imagen Editorial S.A.S
CAMPUS COPYRIGHT © 2018 UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Prohibida su reproducción total o parcial,
así como su traducción a cualquier idioma
sin autorización escrita de su titular.
Todos los derechos reservados.

Trivia Campus mundialista

Te invitamos a contestar las siguientes preguntas, si aciertas en todas **podrás ganar un bono de Adidas de \$ 200.000**. Consulta las bases del concurso en el siguiente enlace: <https://goo.gl/w8uuxG>

1. ¿La siguiente afirmación es falsa o verdadera?

Cuando un gladiador era tan famoso, como hoy en día puede ser un jugador de cualquier selección, tenía éxito con las mujeres y tenía una alta probabilidad de morir joven por sus frecuentes luchas.

Verdadero Falso

2. Subraya los cuatro errores que comete Juanito en su estadía en Rusia. Sé lo más puntual que puedas.

Juanito llegó a un a ciudad pequeña de Rusia. Se quedaría en la casa de una amiga de su tía. En el camino hacia la casa se acordó de que debía llevar un obsequio y compró claveles rojos en una tienda de barrio, al pagar le dio el dinero a la tendera en la mano y siguió caminando. Como se quedó sin rublos fue a la casa de cambio de la esquina para cambiar sus dólares. Cuando llegó a su destino final, saludó a la amiga de su tía, "Hola, ¿cómo estas?", y se acostó a dormir.

3. ¿Qué quiere decir VAR y para qué sirve?, explícalo en una frase.

4. ¿En cuántos mundiales de fútbol no ha estado la selección Colombia?

5. ¿Que país ganará el Mundial de Rusia 2018?

Nombre:

Cédula o documento de identificación:

Facultad o unidad a la que perteneces:

Estudiante Empleado Graduado

Correo electrónico:

Celular:

Deposita tu trivia en la urna ubicada en la Dirección de Comunicación Institucional, edificio H - primer piso, antes del viernes 1 de junio. Solo puedes participar una vez.





Universidad de
La Sabana