

Goles Eternos

Caso de campaña — Colo-Colo

Categoría: 17.05 - Publicidad Institucional Online - Chile

Capítulo: General

Título del Caso: Goles Eternos

Compañía: Colo Colo

Departamento: Content Studio, Digital Creativo.

Persona responsable del plan de comunicación: Francisca González (Dirección General), Fernanda Belmar (Dirección Audiovisual), Alberto Fernández (Dirección Creativa), Polo Díaz (Innovación IA).

1. Introducción del caso

En Chile existe una pasión que atraviesa generaciones: el fútbol, y dentro de él, Colo-Colo ocupa un lugar único. Es el club más grande del país, el único campeón de la Copa Libertadores en la historia del fútbol chileno y un símbolo cultural que ha acompañado a varias generaciones de hinchas durante más de 100 años. Su identidad no se limita a los logros deportivos: es un sentimiento que se aprende en casa, se grita en la calle y se hereda como parte del patrimonio emocional de millones de chilenos.

Sin embargo, gran parte de esa historia centenaria nunca pudo ser vista. Durante décadas, especialmente en los primeros años del club, el fútbol chileno no contó con la tecnología necesaria para registrar audiovisualmente sus partidos. Como consecuencia, más de 1.000 goles del club, incluyendo algunos de los más memorables, quedaron fuera del registro oficial. Existieron, ocurrieron y emocionaron a miles de personas, pero nunca pudieron ser revividos en imagen.

Estos goles, lejos de desaparecer, siguieron existiendo de otra forma: en los relatos transmitidos de padres a hijos, en las anécdotas que se repiten en cada partido, en la memoria emocional de hinchas que cierran los ojos y todavía pueden describir con precisión cómo entró la pelota, qué hizo el delantero o cómo reaccionó el estadio. Es esa memoria colectiva la que ha mantenido viva una parte invisible de la historia del club.

El desafío del caso surge de esta tensión: una institución con 100 años de historia que celebra su centenario sabiendo que una parte significativa de su pasado no puede mostrarse. ¿Cómo conmemorar lo que no quedó grabado? ¿Cómo conectar a las nuevas generaciones con

momentos que solo viven en el recuerdo de quienes los presenciaron? La oportunidad estaba en transformar esa carencia en una historia poderosa, capaz de honrar el legado del club y, al mismo tiempo, posicionar a Colo-Colo como un símbolo cultural vigente y emocional para todo Chile.

2. Propuesta y enunciado de campaña (estrategia)

El insight estratégico que sostiene la campaña es claro: cuando un equipo no tiene cámaras, los hinchas se convierten en su única cámara. Durante décadas, los relatos de la hinchada fueron el archivo vivo del club. Esos recuerdos no son nostalgia vacía: son historia. Y la historia merece ser vista, no solo escuchada.

"Goles Eternos" plantea una idea poderosa: recuperar los goles que nunca tuvieron registro audiovisual a través de los recuerdos de la hinchada, utilizando inteligencia artificial para reconstruirlos visualmente. La campaña convierte la memoria colectiva en imagen, transformando relatos personales en archivos visuales que ahora podrán ser compartidos por todo el país.

La estrategia se articuló en torno a tres objetivos principales. Primero, conmemorar los 100 años del club de manera emocional y disruptiva, marcando un hito en la conversación cultural y deportiva del país. Segundo, fortalecer el vínculo intergeneracional entre los hinchas más antiguos que vivieron esos goles y las nuevas generaciones, que solo conocían las historias por relatos familiares. Tercero, posicionar a Colo-Colo como un club innovador, capaz de usar tecnología de vanguardia para preservar y honrar su patrimonio.

La campaña apuntó a tres audiencias complementarias. Los hinchas históricos, quienes presenciaron los goles originales o los recibieron a través de relatos familiares, son el corazón emocional del proyecto. Las nuevas generaciones de hinchas, que crecieron sin acceso visual a esa parte de la historia, encuentran aquí una forma de conectar con el legado. Y finalmente, el público general chileno, que reconoce a Colo-Colo como un símbolo cultural del país, más allá de la simpatía deportiva.

Por primera vez en la historia, los goles que solo vivían en la memoria de los hinchas tendrían imagen. La promesa no es resucitar el pasado, sino darle forma visual a la memoria colectiva del pueblo más grande de Chile.

3. Desarrollo y ejecución del plan (tácticas y acciones)

La primera fase de ejecución se centró en la recolección sistemática de relatos. Se identificaron y contactaron hinchas históricos del club que habían presenciado los goles sin registro audiovisual. A partir de entrevistas detalladas, se documentaron descripciones precisas de cada gol: la jugada previa, el movimiento del jugador, la trayectoria del balón, el lugar donde se metió en el arco y la reacción del estadio. Esta etapa fue fundamental, ya que la fidelidad emocional de la campaña dependía de respetar exactamente lo que los hinchas recordaban.

A partir de los relatos, equipos creativos y técnicos utilizaron herramientas de inteligencia artificial generativa para reconstruir visualmente los goles. Cada detalle fue cuidado con precisión histórica: las camisetas correspondientes a cada época, la indumentaria de los jugadores, los estadios donde se jugaron los partidos y el contexto visual del fútbol de aquellos años. El objetivo no era inventar, sino traducir el recuerdo en imagen, manteniendo la coherencia entre lo que el hincha narraba y lo que el espectador finalmente vería en pantalla.

Las reconstrucciones se integraron en piezas audiovisuales que combinaban la voz original del hincha narrando el gol con la imagen recreada por IA. Esta dualidad —voz humana real más imagen reconstruida— le dio a las piezas una textura emocional única, donde la tecnología servía a la memoria y no al revés. Tres relatos principales estructuraron el contenido: el partido contra el Santos de Pelé en el Estadio Nacional, la final contra Universidad Católica que terminó con la novena estrella del Campeonato Nacional, y un gol al palo que hizo estallar al estadio.

La campaña se lanzó como un hito conmemorativo del centenario del club. El contenido se difundió a través de los canales oficiales de Colo-Colo, plataformas de redes sociales, medios deportivos chilenos y cobertura de prensa. La narrativa de lanzamiento puso el acento en lo inédito del ejercicio: por primera vez en la historia del fútbol chileno, una institución usaba inteligencia artificial para recuperar parte de su patrimonio invisible. Esta combinación de tradición y tecnología generó interés inmediato más allá del público futbolístico tradicional.

Más allá de la pieza principal, la campaña incluyó activaciones para que los hinchas pudieran ver las reconstrucciones acompañados de quienes habían narrado los relatos. Padres y abuelos hinchas, que durante décadas habían contado esos goles a sus hijos y nietos,

finalmente podían mostrarlos. Esta dimensión intergeneracional fue uno de los pilares emocionales más potentes de la ejecución y se convirtió en uno de los principales motores de viralización orgánica.

4. Resultados y evaluación

En menos de 24 horas desde su lanzamiento, la campaña fue **trending topic por más de 24 horas** y generó una reacción a **escala nacional**.

+20M Impresiones orgánicas en menos de 24 horas / +100K veces compartido sin inversión en pauta / +60K hinchas contando sus propios recuerdos.

Chile completo respondió: hinchas, medios, figuras públicas y usuarios de redes sociales compartieron, comentaron y se emocionaron con las reconstrucciones. La conversación trascendió el ámbito deportivo y se instaló en el debate cultural y mediático del país.

Los principales indicadores de éxito no fueron únicamente cuantitativos. La campaña logró algo más difícil de medir pero más valioso a largo plazo: hinchas que vivieron los goles originales volvieron a emocionarse, esta vez al poder verlos por primera vez. Las nuevas generaciones, que solo conocían los goles por relatos, pudieron experimentarlos visualmente. Y quienes estuvieron en la cancha en aquellos partidos pudieron reencontrarse con un momento que creían irrepetible.

"Goles Eternos" consolidó a Colo-Colo como un club que no solo se sostiene en su historia, sino que también es capaz de innovar para preservarla. La campaña reforzó el posicionamiento del club como un símbolo cultural vigente, demostrando que la institución más popular del fútbol chileno también puede liderar en el uso creativo y emocional de la tecnología. Esta percepción es especialmente relevante en un contexto donde las marcas deportivas compiten por captar la atención de audiencias más jóvenes.

Más allá de las métricas tradicionales, el resultado más relevante de la campaña fue cultural. "Goles Eternos" no es solo una pieza de comunicación: es un ejercicio de memoria colectiva que rescata una parte del patrimonio del fútbol chileno. La campaña dejó instalada una idea poderosa: cuando un recuerdo se comparte, se vuelve más grande. Y cuando ese recuerdo se vuelve imagen, deja de pertenecer solo a quien lo vivió y pasa a pertenecer a todos.

La campaña cumplió con los tres objetivos planteados en su estrategia. Conmemoró los 100 años del club con un hito creativo y emocional. Activó el vínculo intergeneracional entre hinchas históricos y nuevas generaciones. Y posicionó a Colo-Colo como un club innovador, capaz de transformar una carencia, la falta de registro audiovisual, en una oportunidad narrativa única. Como cierre, la campaña confirmó que la historia de un club que nunca dejó

de ser contada ahora también puede ser vista, abriendo además un camino metodológico que podría replicarse para otras instituciones deportivas con desafíos similares de archivo y memoria.