

Goles Eternos

Caso de campaña — Colo-Colo

Categoría: 18.01 - Publicaciones Institucionales / Multimedia - 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 hereda como parte del patrimonio emocional de millones de chilenos. Y como toda institución centenaria, Colo-Colo carga también con la responsabilidad de preservar, documentar y transmitir su historia.

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 y del archivo institucional. Existieron, ocurrieron y emocionaron a miles de personas, pero nunca pudieron ser revividos en imagen, dejando un vacío documental imposible de llenar con los métodos tradicionales del periodismo deportivo o la curaduría histórica.

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. Esa memoria oral colectiva ha funcionado, durante décadas, como un archivo no oficial: una fuente patrimonial viva, sostenida por la transmisión generacional, pero hasta ahora imposible de documentar en imagen.

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, no figura en ningún archivo ni anuario. ¿Cómo conmemorar lo que no quedó grabado? ¿Cómo construir una publicación

institucional que honre esa parte invisible del legado? La oportunidad estaba en concebir una pieza multimedia que no se limitara a recordar, sino a documentar: una publicación capaz de incorporar, por primera vez, esos goles al archivo visual del club, con el rigor histórico, la calidad narrativa y la sensibilidad emocional que el patrimonio centenario de Colo-Colo merece.

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, una fuente patrimonial transmitida oralmente de generación en generación. Esos recuerdos no son nostalgia vacía: son historia, son documento, son memoria. Y la historia merece ser preservada, no solo escuchada.

"Goles Eternos" plantea una propuesta institucional ambiciosa: convertir esa memoria colectiva en una publicación multimedia que recupere los goles sin registro audiovisual y los incorpore, por primera vez, al patrimonio documental del club. La pieza se concibió como un ejercicio editorial y curatorial, donde cada gol reconstruido es el resultado de una investigación histórica, un trabajo testimonial y una producción audiovisual integrada. La inteligencia artificial generativa funciona como herramienta narrativa al servicio de la fidelidad histórica, no como espectáculo tecnológico.

La estrategia se articuló en torno a tres objetivos institucionales principales. Primero, conmemorar los 100 años del club a través de una publicación multimedia que dialogara con la altura simbólica del centenario y se sostuviera como pieza patrimonial. Segundo, fortalecer el vínculo intergeneracional entre los hinchas más antiguos, que vivieron esos goles, y las nuevas generaciones, ofreciendo una pieza editorial capaz de transmitir el legado con calidad documental. Tercero, posicionar a Colo-Colo como un club innovador en la preservación de su patrimonio, demostrando que una institución centenaria puede liderar la creación de archivo audiovisual a partir de fuentes orales y tecnología contemporánea.

La campaña apuntó a tres audiencias institucionales complementarias. Los hinchas históricos, quienes presenciaron los goles originales o los recibieron a través de relatos familiares, son la fuente y el destinatario primario de la pieza, en tanto custodios de la memoria que la publicación rescata. Las nuevas generaciones de hinchas, que crecieron sin acceso visual a esa parte de la historia, encuentran aquí una pieza editorial que les permite acceder al legado con calidad documental. Y el público general chileno, que reconoce a Colo-Colo como símbolo cultural del país, se suma como audiencia de una publicación que aporta valor patrimonial al deporte nacional.

Por primera vez en la historia, los goles que solo vivían en la memoria de los hinchas tendrían imagen, y esa imagen formaría parte del archivo oficial del club. La promesa no es resucitar el pasado, sino documentarlo: darle forma visual, narrativa y curatorial a la memoria colectiva del pueblo más grande de Chile, y consolidar una publicación multimedia que perdure como pieza institucional.

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

La primera fase de ejecución se concibió como un trabajo de investigación histórica y registro testimonial. Se identificaron y contactaron hinchas históricos del club que habían presenciado los goles sin registro audiovisual, así como descendientes y familiares que custodiaban esos relatos. A partir de entrevistas detalladas, se documentaron descripciones precisas de cada gol: la jugada previa, el movimiento del jugador, la trayectoria del balón y la reacción del estadio. Cada testimonio fue cruzado con archivos hemerográficos, crónicas de la época y registros disponibles para validar la fidelidad histórica. Esta fase fue fundamental: la pieza no podía permitirse licencias narrativas; debía sostenerse como documento.

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

Las reconstrucciones se integraron en una pieza multimedia que articuló múltiples disciplinas: producción audiovisual, dirección creativa, diseño sonoro, narrativa testimonial, investigación histórica e innovación tecnológica. Cada gol combinó la voz original del hincha narrando el momento con la imagen recreada por IA, sostenida por una banda sonora y un diseño visual cuidadoso como en cualquier publicación institucional de alta calidad. Esta integración multimedia, voz humana real más imagen reconstruida más curaduría histórica, le dio a la pieza una textura editorial única, donde la tecnología servía a la memoria y no al revés.

La pieza se estructuró editorialmente en torno a tres relatos centrales, cada uno tratado como un capítulo independiente: 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. Esta arquitectura narrativa permitió que la publicación funcionara tanto como pieza unitaria como por capítulos individuales, replicando la lógica editorial de un anuario o una publicación conmemorativa institucional.

La campaña se lanzó como hito conmemorativo del centenario del club, posicionando a "Goles Eternos" como una publicación oficial. El contenido se difundió a través de los canales institucionales de Colo-Colo, plataformas digitales, medios deportivos chilenos y cobertura de prensa especializada. La narrativa de lanzamiento puso el acento en el valor documental y patrimonial del ejercicio: por primera vez en la historia del fútbol chileno, una institución usaba inteligencia artificial para incorporar a su archivo oficial goles que la memoria había custodiado durante décadas. La pieza fue acompañada por

activaciones donde hinchas y narradores originales pudieron ver juntos las reconstrucciones, transformando el visionado en un acto de memoria compartida.

4. Resultados y evaluación

En menos de 24 horas desde su lanzamiento, la publicación multimedia generó una reacción a **escala nacional**, instalándose como uno de los hitos editoriales más comentados del año en el ámbito deportivo y cultural chileno.

+20M de alcance orgánico en menos de 24 horas / **+100K repeticiones de la pieza** sin inversión en pauta / **+60K hinchas** sumando sus propios recuerdos al ejercicio de memoria colectiva.

Chile completo respondió: hinchas, medios deportivos y culturales, figuras públicas, periodistas e historiadores del fútbol compartieron, comentaron y se emocionaron con la pieza. La conversación trascendió el ámbito deportivo y se instaló en el debate cultural y mediático del país, con cobertura editorial que valoró tanto la dimensión emocional como la dimensión patrimonial del trabajo realizado.

Los principales indicadores de éxito no fueron únicamente cuantitativos. La publicación logró algo más difícil de medir pero más valioso a largo plazo: hinchas que vivieron los goles originales pudieron verlos por primera vez documentados; nuevas generaciones accedieron a un legado que antes solo conocían por relatos; y quienes estuvieron en la cancha en aquellos partidos pudieron reencontrarse con momentos que creían imposibles de recuperar. La pieza activó un ejercicio de memoria que excedió ampliamente los objetivos de comunicación tradicionales.

"Goles Eternos" consolidó a Colo-Colo como una institución que no solo se sostiene en su historia, sino que también innova editorialmente para preservarla. La publicación reforzó el posicionamiento del club como referente patrimonial del fútbol chileno y abrió un precedente metodológico replicable para otras organizaciones deportivas y culturales con desafíos similares de documentación histórica.

Más allá de las métricas, el resultado más relevante de la campaña fue patrimonial. "Goles Eternos" no es solo una pieza de comunicación: es un ejercicio editorial que incorpora, por primera vez, una parte hasta ahora invisible de la historia del fútbol chileno al archivo institucional del club. La publicación dejó instalada una idea poderosa: cuando un recuerdo se documenta, deja de ser frágil. Y cuando ese recuerdo se vuelve imagen institucional, deja de pertenecer solo a quien lo vivió y pasa a pertenecer a la historia.

La pieza cumplió con los tres objetivos planteados. Conmemoró los 100 años del club con una publicación multimedia a la altura del centenario. Activó el vínculo intergeneracional entre hinchas históricos y nuevas generaciones a través de un trabajo editorial de calidad. Y posicionó a Colo-Colo como una institución innovadora, capaz de transformar la falta de registro audiovisual en una oportunidad documental única. La historia de un club que nunca dejó de ser contada ahora también puede ser vista, archivada y transmitida como parte de su patrimonio oficial.