

**Variación en el Posicionamiento Comunicacional de un Club en Base a sus  
Resultados Deportivos**

**Caso: Cobreloa y su descenso en 2015**

Estudiante: Esteban Godfrey Casanova Muñoz

Seminario de Grado para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social

## **Resumen**

El jueves 30 de abril del año 2015, la Segunda Sala del Tribunal de Disciplina de la ANFP entregaba el fallo de la demanda que Ñublense y Audax Italiano, habían interpuesto contra Cobreloa por la mala inscripción de Alejandro Hisis. Esto provocó el primer descenso en la historia del club. Desde entonces y hasta la escritura de este paper, Cobreloa se mantiene jugando en la Primera B del fútbol chileno, situación que pese a su importancia a nivel nacional, lo ha hecho perder el posicionamiento comunicacional del que eran dueños en los medios de comunicación del país. Por ejemplo, la cantidad de noticias que hablaban sobre Cobreloa el año 2011 en un medio de comunicación digital del país, disminuyeron abruptamente luego del descenso sufrido, desapareciendo casi por completo de la agenda temática del medio estudiado.

*Palabras Claves:* Cobreloa, posicionamiento, centralización, medios, comunicación

## **Abstract**

On Thursday, April 30, 2015, the Second Chamber of the Disciplinary Tribunal of the ANFP delivered the decision of the lawsuit that Ñublense and Audax Italiano had filed against Cobreloa for the wrong registration of Alejandro Hisis. This caused the first relegation in the club's history. Since then and until the writing of this paper, Cobreloa has continued to play in the First B of Chilean soccer, a situation that despite its importance at the national level, has made it lose the communicational position that they owned in the country's media. The amount of news that talked about Cobreloa in 2011, for example, in a digital media outlet in the country decreased abruptly after the decrease suffered, almost completely disappearing from the thematic agenda of the media outlet studied.

*Keywords:* Cobreloa, positioning, centralization, media, communication

## Índice

1	Descripción del Problema.....	1
1.1	Pregunta General.....	4
1.2	Objetivos .....	5
	Objetivo general:.....	5
1.2.1	Objetivos específicos: .....	5
1.3	Hipótesis.....	6
2	Marco Teórico .....	7
2.1	Nacimiento de Cobreloa y su vinculación con Calama. ....	7
2.2	Posicionamiento Comunicacional: .....	9
2.3	Agenda Setting:.....	11
3	Diseño Metodológico .....	14
3.1	Metodología. ....	14
3.2	Técnica. ....	15
3.3	Instrumentos seleccionados.....	15
3.3.1	Construcción de instrumentos. ....	16
3.3.2	Temáticas a investigar en los instrumentos.....	19
4	Análisis Entrevistas .....	24
4.1	Perfil de periodistas deportivos.....	24
4.1.1	La importancia de la historia del club: .....	24

Lo que se considera noticia:.....	27
4.1.2 Cobreloa como “club grande”.....	30
4.1.3 Deuda de medios con clubes regionales.....	33
4.1.4 Posicionamiento Comunicacional.....	36
4.1.5 Mantenimiento del posicionamiento.....	38
4.1.6 Rol de los medios digitales.....	40
4.2 Perfil periodistas que hayan cubierto o escrito acerca de Cobreloa.....	42
4.2.1 Descenso 2015.....	42
4.2.2 Momento económico.....	44
4.2.3 Aporte Codelco.....	46
4.2.4 Sociedades Anónimas Deportivas.....	48
5 Análisis de Contenido.....	50
5.1 Análisis semestre 2011 (29 de julio a 31 de diciembre).....	50
5.2 Análisis semestre 2022 (07 de febrero a 08 de julio).....	55
5.3 Comparación de los semestres analizados.....	57
6 Conclusiones.....	60
7 Bibliografía.....	66
8 Anexos.....	67
8.1 Anexo 1. Entrevistas.....	67
8.1.1 Ignacio Valenzuela.....	67

8.1.2	Pablo Flamm .....	73
8.1.3	Jorge Cubillos.....	81
8.1.4	Carla Santana.....	86
8.1.5	Paulo Flores.....	97
8.1.6	Hugo Marambio .....	106
8.2	Anexo 2. Análisis de contenido.....	112
8.2.1	Cuadro de nomenclatura Semestre 2011 .....	112
8.2.2	Cuadro análisis de contenido Semestre 2011 .....	113
8.2.3	Cuadro de nomenclatura Semestre 2014-2015.....	114
8.2.4	Cuadro análisis de contenido Semestre 2014-2015.....	114
8.2.5	Cuadro de nomenclatura Semestre 2022.....	115
8.2.6	Cuadro análisis de contenido Semestre 2022.....	115

## 1 Descripción del Problema

La historia de Cobreloa nace mucho antes de la fundación del club y, es que en el año 1959 la entonces llamada selección de Calama lograba el título de campeón en el fútbol amateur del país, trofeo que dos años más tarde lograba conquistar Chuquicamata. Esto, impulsaba a que los habitantes de ambas ciudades quisieran unir fuerzas para formar un equipo de fútbol, con el fin de que no solo se conocieran sus tierras por el cobre que allí se exportaba, sino que ahora también, por lo que sucedía dentro de una cancha de fútbol.

Luego de una gran cantidad de negativas que llegaban desde Santiago y que impedían la incorporación de club al fútbol chileno llega el año 1977, apoyados principalmente por la empresa Codelco, además de los sindicatos de ferrocarriles, la cámara de comercio de Calama y las radios regionales, es que representando a las ciudades de Calama y Chuquicamata, el 7 de enero de ese año se fundaba oficialmente Cobreloa luego de la aprobación de la ACF (Asociación Central de Fútbol). El equipo nacía con un fin que iba mucho más allá de lo deportivo, y es que Cobreloa no solo era el punto de unión de dos ciudades, sino que jugaban un rol importantísimo en el ambiente social de una zona que convive con el desierto más árido del mundo y, en la que en ese entonces todo estaba relacionado al trabajo que implicaba la extracción del cobre. En sus inicios, los habitantes de estas ciudades pedían a sus jóvenes jugadores ser unos verdaderos mineros dentro del campo de juego.

Comandados por Andrés Prieto, el primer entrenador del equipo, Cobreloa logró en su primer año en el profesionalismo el ascenso inmediato a la categoría de honor del fútbol chileno, la era de los apodados “zorros del desierto” estaba en marcha. Así, con el pasar del tiempo, los loinos se transformaron en el cuarto equipo con más títulos del torneo nacional detrás de Colo-

Colo, U. de Chile y U. Católica, destacando también su segundo lugar en la Copa Libertadores de 1982, donde cayó en la final frente a Peñarol.

Luego de una historia corta en lo que a tiempo se refiere, pero rica en cuanto a títulos, Cobreloa comenzaría a vivir temporadas oscuras deportiva, administrativa y económicamente. Todo partió desde su primer descenso a la segunda categoría del fútbol nacional en el año 2015, en aquel torneo (Clausura 2015), el cuerpo técnico de Cobreloa comandado por Marco Antonio Figueroa, tenía entre sus filas a Alejandro Hisis, quien en el anterior campeonato de la temporada (Apertura 2014) había formado parte de Ñublense.

En relación con esto las bases del torneo eran muy claras, pues en su artículo 53, referente a "Los Entrenadores y el Cuerpo Técnico", el título número 3 establecía que "ningún director técnico podrá dirigir otro club en el mismo campeonato, ni registrar contrato de ninguna otra calidad, cualquiera sea la denominación que sirva para encubrir la condición de entrenador" (ANFP, 2014). Asimismo, el título número 4, precisa que "ningún director técnico podrá dirigir más de dos clubes ANFP en una misma temporada" (ANFP, 2014) Alejandro Hisis, que tenía el título de entrenador estaba entonces incumpliendo las normas del campeonato.

El 10 de abril del año 2015, Ñublense presentó ante el tribunal de disciplina de la ANFP su denuncia contra Cobreloa, situación que luego fue apoyada por Audax Italiano. En la mañana del día 30 de este mes la ANFP daba a conocer la resolución en la demanda de los chillanejos, se determinó como castigo a Cobreloa la resta de 3 puntos en el actual campeonato, situación que llevaba a los loínos quienes marchaban en la novena posición del torneo, al descenso directo una fecha antes del final del certamen.

Luego del descenso sufrido por los resultados deportivos y la mala administración del club, la imagen de Cobreloa fue deteriorándose con el pasar de los años. Actualmente, poco se

habla en los medios de comunicación de un equipo que en la década de los 80' consiguió poner el nombre del fútbol chileno en alto a nivel sudamericano y, que representa a una zona tan importante para el sustento del país

## **1.1 Pregunta General**

¿Cómo los resultados obtenidos por un club deportivo afectan al posicionamiento comunicacional de este?

## 1.2 Objetivos

### *Objetivo general:*

- Describir como los resultados obtenidos por un club deportivo afectan al posicionamiento comunicacional de este en un medio escrito digital del país.

### *1.2.1 Objetivos específicos:*

- Indagar en la historia de Cobreloa para establecer la importancia que tiene el club a nivel nacional y su repercusión en los medios.
- Analizar las noticias dedicadas a Cobreloa en el medio estudiado, comparando la cantidad de caracteres y principales focos noticiosos que estas poseen.
- Comparar los resultados obtenidos tras el análisis, identificando la variación en el número de noticias dedicadas a Cobreloa en el medio estudiado

### **1.3 Hipótesis**

El posicionamiento comunicacional que tiene un club se ve altamente afectado por resultados deportivos de este, desapareciendo casi por completo de la agenda temática del medio analizado. El lugar distintivo en relación a la competencia y el posicionamiento individual de la institución son los motivos que explican esta baja.

## 2 Marco Teórico

### 2.1 Nacimiento de Cobreloa y su vinculación con Calama.

La ciudad de Calama ubicada al norte de Chile, no solo convive con el desierto más árido del mundo, convive también con el sentimiento constante de ser una ciudad que solo se conoce por sus riquezas en materia minera, por ser una zona en la que la visión del hombre en una posición superior a la de la mujer sigue más vigente que nunca, el narcotráfico y la prostitución son pan de cada día en una de la ciudades que más aporta al PIB (Producto Interno Bruto) nacional pero que carece de políticas públicas que mejoren la calidad de vida de sus habitantes.

La sensación que tienen los locales en relación con cómo los ve el resto del país, es la de ser un pueblo abandonado y discriminado, el cual solo se reconoce positivamente por las riquezas de sus tierras. No es extraño que la ciudad sea abordada de forma caricaturesca y despectiva en espacios cotidianos e incluso en medios de comunicación, es por esto que los calameños no solo se sienten discriminados por el resto de la población del país, sino que también se quejan del abandono del Estado en el norte del este.

La importancia de la minería en el PIB nacional es vital para el país, según cifras del año 2019, la Región de Antofagasta genera el 45% del Producto Interno Bruto Nacional, pero sus habitantes reclaman ser los menos beneficiados con las riquezas de sus tierras, pues en el mismo año, el índice de pobreza de la ciudad de Calama alcanzaba el 12.5% y una cesantía del 9% (León, 2019).

En medio de esta ciudad en la que se siente un ambiente constante de trabajo relacionado al rubro de la minería, es que está el equipo de fútbol local, Deportes Cobreloa. Tras su creación en 1977, el rol de la institución en la zona va mucho más allá de lo deportivo, de hecho, desde el mismo club hacen eco del rol que ocupan en la ciudad “la segunda mitad de los años 70, se

recuerda como la unión de toda la comunidad para diseñar la creación de este club con un propósito mucho más amplio que lo netamente deportivo. Este club no podía desestimar su importancia social para una localidad situada en el desierto más árido del planeta y con una ciudadanía entregada por completo al trabajo. Este club debía llegar para florecer el desierto y para aumentar la felicidad de su gente” (Club Deportes Cobreloa, s.f.)

En relación a lo anterior, es factible señalar que Codelco juega un papel fundamental en la historia de Cobreloa y, es que contribuir en la creación y en el mantenimiento de un equipo de fútbol local a lo largo de los años venideros, era la manera perfecta no solo de dar a conocer la ciudad a nivel nacional e internacional, sino que también es la forma de crear un distractor para sus trabajadores, quienes con el paso del tiempo se transformaban en hinchas acérrimos del club, pidiendo a los jugadores ser unos verdaderos mineros dentro del campo de juego.

En lo deportivo, durante las décadas de los 80’ y 90’, el éxito de Cobreloa provoca que en la ciudad de Calama se sienta un ambiente de felicidad y satisfacción por lo que hacía el equipo. Con la obtención de títulos nacionales, acompañados del subcampeonato en la Copa Libertadores, rápidamente los apodados “Zorros del Desierto” se posicionaban como un club de renombre a nivel no tan solo nacional, sino también en el plano internacional.

Tras el descenso registrado en el año 2015, luego de la mala inscripción de un integrante del cuerpo técnico comandado en ese entonces por Marco Antonio Figueroa, la situación de Cobreloa no volvió a ser la misma. Codelco, quien era su principal fuente de ingresos y prácticamente el sostenedor de la institución, comenzó un par de años antes de perder la categoría a disminuir su aporte hacia el equipo, llegando a cero en el 2017. Esto, evidentemente se vio reflejado en el rendimiento futbolístico del club, puesto que los fichajes que comenzaron a llegar a Cobreloa ya no eran los mismos de antes.

Esta situación, el descenso del año 2015, y la mala administración por parte de la directiva de Cobreloa, provocarían que el equipo que cada vez tenía menos valor entrara en una crisis que lejos de disminuir con el paso de los años, solo ha ido en aumento, situación que se volvió aún más crítica luego de la pandemia de Covid-19.

Con el paso del tiempo y pese a su a lo largo de su estadía en la Primera B del fútbol chileno, Cobreloa mantiene una estrecha relación con su gente, incluso más que antes, situación que hace que los calameños sigan alentando semana a semana al equipo con la esperanza de que pronto llegue el día en el que asciendan a la primera división del torneo nacional.

En la actualidad Cobreloa representa fielmente el espíritu luchador y trabajador que reina en Calama, situación que de alguna forma puede explicar el estrecho lazo que mantiene esta institución con el pueblo al que representan. Asimismo, como institución Club Deportes Cobreloa, juega un papel fundamental en la sociedad calameña, pero lo que puede entregar el fútbol es solo un bálsamo que trae una felicidad momentánea a la gente, pues no soluciona los reales problemas de fondo que tiene una zona reconocida por lo rico de sus tierras, pero olvidada a la hora de implementar políticas que mejoren la calidad de vida de sus habitantes.

## **2.2 Posicionamiento Comunicacional:**

Para estudiar el posicionamiento comunicacional, se usó como base el texto de Milton Coca, que fue uno de los que escribió sobre el posicionamiento. En su texto, el autor señala que “posicionar no es algo que uno le hace al producto o a las instituciones, sino más bien es algo que se debe hacer con la mente de los usuarios” (Carasila, 2007). Para lograr posicionar una institución en un medio, primero debes trabajar con la mente de las personas no solo del medio, sino también con la de quienes lo consuman, el objetivo es hacer que este grupo se centre en tu institución.

En el fútbol las opciones que existen para posicionar un club en el medio son muchas, la historia del mismo, los títulos conseguidos, la jerarquía del plantel, las grandes incorporaciones de este y el momento futbolístico, son algunos de los factores que pueden jugar el papel encargado de seducir a los usuarios a través de la mente de estos, con el objetivo de posicionar a la institución.

En el caso de Cobreloa, es factible señalar que títulos e historia tienen suficientes para lograr un buen posicionamiento. Los otros factores que pueden jugar un rol en esto tienen el denominador común de que dependen más de la actualidad de la institución, como la jerarquía del plantel, las grandes incorporaciones del equipo y el momento futbolístico de este, son algunos de estos factores.

Siguiendo con el concepto de posicionamiento según el texto Mercado-tecnia de Alejandro Lerma (Lerma, 2004) podemos entender el posicionamiento desde tres focos diferentes:

- Posicionamiento individual: Este tiene directa relación con la imagen que muestre la institución y lo que estos produzcan en los usuarios. El posicionamiento individual habla de cómo los usuarios verán al equipo en este caso, qué es lo primero que se le vendrá a la mente a las personas a la hora de escuchar el nombre de Cobreloa. En este contexto se puede señalar entonces que el posicionamiento individual es total responsabilidad de la institución, pues los usuarios tendrán una imagen de Cobreloa construida a partir de lo que el equipo refleje hacia afuera.
- Ubicación en el mercado: Muchas veces una institución ya tiene un posicionamiento logrado en el mercado de los medios, a partir de esto, las estrategias que vayan empleando desde la institución para mantenerse vigentes,

son vitales para mantener esta ubicación. En el caso del objeto de estudio, Cobreloa a partir de su historia de títulos y la ligazón con la zona que representa, son algunos de los factores que a lo largo de los años le han dado una buena ubicación en el mercado.

- Relación con la competencia: Este punto que abarca lo relacionado a los competidores de la institución, busca ahondar en el elemento distintivo que esta posea por sobre estos. En un mercado tan selectivo y pequeño como el de los medios, encontrar los elementos que posicionen a la institución por sobre su competencia se vuelven vitales. En el caso de Cobreloa, algunos de los elementos distintivos de la institución por sobre su competencia, pueden ser la relación del equipo con el rubro de la minería, o bien, la cantidad de hinchas que tiene el club a lo largo del país.

El concepto de posicionamiento comunicacional tiene muchas aristas diferentes por las que puede ser estudiado. Con el pasar del tiempo y, con la irrupción de lo digital, el punto del posicionamiento individual alcanza cada vez más relevancia para las instituciones, redes sociales activas y una buena imagen hacia afuera son vitales para conseguirlo. Asimismo, en el caso de Cobreloa, su historia, títulos y la cercanía con la zona que representan, hacen que sea un club muy querido y conocido no solo a nivel nacional, sino también en el ámbito internacional, lo que evidentemente juega un rol a la hora de que los diferentes medios determinen el posicionamiento que este equipo tendrá en su agenda temática.

### **2.3 Agenda Setting:**

A lo largo de la historia, los medios de comunicación han cumplido el rol no solo de informar a la población de lo que ocurre, sino también de establecer los temas que las personas

consideran más importantes. Con el pasar de los años, esto se estudió cada vez más, hasta el punto de determinar el potente impacto que establecen los medios de comunicación en la agenda pública.

Para comenzar a definir el tema, lo primero es establecer el significado de “agenda”. Según la Real Academia Española (RAE), una de las definiciones de esta palabra dice “relación de los temas que han de tratarse en una junta”, en este sentido puede determinarse que el concepto de agenda setting, busca establecer los temas que abordarán los diferentes medios de comunicación.

Uno de los primeros que habló de agenda setting fue el profesor de la Universidad de Harvard, Bernard Cohen, “los medios frecuentemente no tienen éxito al decirle a la gente qué tiene que pensar, pero tienen un éxito asombroso en decirle a la gente sobre qué tiene que pensar” (Cohen, 1963). Esta fue una de las frases más populares sobre los estudios de agenda setting, frase que, de hecho, perdura hasta la actualidad y que resume muy bien la definición del concepto.

Los medios de comunicación tienen el rol de informar los hechos noticiosos que ocurren en la sociedad, pero ¿qué es considerado un hecho noticioso?, en este punto aparece la agenda setting, el objetivo es establecer lo que se considera noticia, determinando los hechos que cumplen con los factores necesarios para ser cubiertos por los medios de comunicación.

Si bien la agenda setting continúa presente en los medios de comunicación, la llegada de lo digital ha provocado que el establecimiento de esta agenda no este solo en los medios de comunicación. Hoy en día, un número de los hechos noticiosos cubiertos por los medios, fueron antes difundidos a través de los medios digitales, especialmente, redes sociales.

En esta línea, la plataforma Twitter es la que lleva la delantera en esta materia. Mientras más se comente y se escriba de un hecho ocurrido en alguna parte no solo del país, sino del mundo, más relevancia ira tomando este, llegando al punto de ser cubiertos por los medios de comunicación.

Otro de los términos relacionados con la agenda setting es el “framing” o “encuadre”, el que habla sobre qué aspecto del hecho noticioso será abordado y qué aspecto no será tratado, “Los asuntos poseen dos dimensiones, su notoriedad y sus atributos, por lo cual los estudios de agenda setting pueden categorizarse según aborden una o ambas dimensiones” (Petrone, 2009).

Todos los hechos noticiosos tienen dos puntos de vista, el “framing” determinará desde cuál de estas dos visiones será tratada la información. Para ejemplificar lo anterior, se puede mencionar que, en la actualidad muchas veces las redes sociales pueden poner un tema en los medios de comunicación, sin embargo, la forma que los medios tengan de tratar la noticia puede ser muy diferente al enfoque que la misma tenía en las redes. En los medios de comunicación, el “framing” o encuadre, será determinado por la línea editorial que posea el medio en cuestión.

### 3 Diseño Metodológico

#### 3.1 Metodología.

En relación a la metodología del proyecto, la investigación será cualitativa. Para determinar lo mencionado anteriormente, se usó el texto “Metodología de la Investigación” escrito por Roberto Hernández Sampieri. En él, el autor define los estudios cualitativos como unos que “pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos” (Sampieri, 2014). Asimismo, el autor agrega que “la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (Sampieri, 2014).

Otras de las características que tienen los estudios cualitativos, es la de estudiar hechos que no hayan sido analizados previamente, o bien, que se haya estudiado muy poco de ellos. De esta forma, los estudios que poseen un enfoque cualitativo invitan a los investigadores a indagar en nuevos temas, que con el pasar del tiempo y con el avance del proceso de investigación, van cambiando muchas veces la idea o el plan original de quienes están estudiando el tema en cuestión.

Respecto al poco estudio que existe muchas veces en torno a las investigaciones cualitativas, Sampieri señala que “una vez concebida la idea del estudio, el investigador debe familiarizarse con el tema en cuestión. Aunque el enfoque cualitativo es inductivo, necesitamos conocer con mayor profundidad el terreno que estamos pisando” (Sampieri, 2014). En el caso de Cobrelloa, el contexto de la investigación es la historia del club, su estrecha relación con Calama y con el pueblo minero, además del posicionamiento que tenía el club antes de descender de categoría el año 2015.

### **3.2 Técnica.**

La técnica que se empleará en la investigación será de tipo descriptiva. Para explicar en qué consiste y cómo se llevan a cabo los estudios descriptivos, en su texto Sampieri señala que “con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Sampieri, 2014). El objetivo de un estudio que tenga una técnica descriptiva será que, a través de la recolección y análisis de datos, se buscará describir en palabras del investigador el fenómeno en cuestión.

Para la investigación del posicionamiento comunicacional de Cobreloa, se buscará, a través de los datos recolectados, describir si hubo o no variación en el posicionamiento comunicacional de la institución, luego de su descenso a la primera B del fútbol chileno el año 2015.

### **3.3 Instrumentos seleccionados.**

Entrevistas semiestructuradas: según Sampieri, este tipo de entrevistas “se basan en una guía de asuntos o preguntas y, el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información” (Sampieri, 2014). El objetivo de este instrumento, fue indagar en la historia de Cobreloa su importancia en el medio, conocer la forma de seleccionar los clubes a cubrir que tienen los medios de comunicación del país, además de ahondar la importancia del posicionamiento de una institución.

Análisis de Contenido: este se llevará a cabo con el objetivo de conocer si disminuyó o no el posicionamiento comunicacional de Cobreloa en un medio escrito del país. El instrumento de análisis de contenido es definido según Sampieri como “una técnica para estudiar cualquier

tipo de comunicación de una manera objetiva y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico” (Sampieri, 2014).

### ***3.3.1 Construcción de instrumentos.***

**Entrevistas:** Se establecieron tres perfiles diferentes: periodistas deportivos con al menos 10 años de experiencia en el medio; periodistas con magíster en comunicaciones que posean un mínimo de 5 años de experiencia; además de periodistas que cubran o hayan escrito acerca de Cobreloa.

Para el perfil de los periodistas deportivos, el objetivo se centró en factores como, por ejemplo, indagar en la significancia que tiene Cobreloa a nivel nacional, conocer los componentes que se deben cumplir para que un hecho que ocurra dentro de un equipo, sea noticia, ahondar en el funcionamiento de los medios de comunicación a la hora de seleccionar qué equipos y noticias serán abordadas en el medio. Para llevar a cabo las respuestas a estas y otras interrogantes, se entrevistaron a tres personas que cumplieran con lo buscado:

- Ignacio Valenzuela: periodista deportivo de 43 años, con amplia experiencia en el rubro. A lo largo de su trayectoria ha cubierto mundiales, copas américas, entre otros eventos deportivos destacados. Ignacio se ha desempeñado a lo largo de su carrera principalmente en Canal 13, en paralelo, el periodista también se desempeña como relator de TNT Sport Chile.
- Pablo Flamm: periodista deportivo con actualidad en Directv Sports Chile, a lo largo de su trayectoria se destaca la conducción del programa “En el nombre del fútbol” de CDF durante más de 10 años.
- Jorge Cubillos: periodista deportivo con experiencia en canales como CDF, Fox Sports Chile y TNT Sports Chile. A lo largo de su trayectoria, Cubillos se ha

desempeñado en su mayoría como periodista en terreno a cargo de la cobertura de diferentes equipos del fútbol chileno.

En relación al perfil de periodistas con magíster en comunicaciones, se busca conocer más sobre el concepto de posicionamiento comunicacional. Asimismo, ahondar en algunas de las estrategias que podían ser utilizadas por las instituciones para mejorar su posicionamiento en medios, ayudaría a establecer las categorías que se medirían en el siguiente instrumento. A partir de lo anterior, las personas que fueron entrevistadas en este ítem fueron:

- Carla Santana: titulada de periodista y un magíster en Comunicación en la Universidad de Santiago de Chile. Con 36 años de edad, a lo largo de su trayectoria, Carla ha trabajado en universidades, radio y prensa. Asimismo, actualmente se desempeña como concejala de la Municipalidad de San Miguel.
- Tahía English: periodista con magíster en Comunicación Estratégica. Con más de 21 años de experiencia, Tahía se ha desempeñado principalmente en el área de la comunicación interna relacionada al rubro de la salud. Hospital Clínico Universidad de Chile, Clínica Vespucio, Red de Salud UC Christus, son algunos de los lugares donde ha trabajado.

Por último, para el perfil de periodistas que cubran o que hayan escrito acerca de Cobreloa, el objetivo es que a través de la mirada de personas que conozcan a fondo la institución, se logrará indagar en la estrecha relación del pueblo minero, Cobreloa y la ciudad de Calama, conocer más sobre el rol social de la institución, además de ahondar en los factores dirigenciales y deportivos que llevaron al equipo a descender el 2015. Para cumplir con lo buscado en este perfil, los entrevistados fueron:

- Paulo Flores: relator de fútbol con gran experiencia en el medio. Durante su trayectoria Paulo ha trabajado en diferentes radios como relator, en televisión su experiencia más destacada la tuvo en Chilevisión donde era el encargado de relatar los partidos de la selección chilena en las clasificatorias rumbo al mundial de Brasil 2014. Asimismo, Flores es hincha acérrimo de Cobreloa, razón por la cual decidió escribir un libro en el que relata los grandes momentos de la historia del club de Calama titulado, Datos Naranjas.
- Hugo Marambio: titulado de periodista, Hugo ha dedicado su vida a cubrir el día a día del club de sus amores, Cobreloa. Marambio ha vivido toda su vida en Calama por lo que conoce mejor que nadie lo que significa Cobreloa para los habitantes de la ciudad. Actualmente, Hugo Marambio trabaja en una radio regional en donde el fuerte de la agenda deportiva del medio se centra en seguir al club loíno.

**Análisis de Contenido:** Se estudiarán tres semestres diferentes en el diario La Tercera Digital con el objetivo de comparar la cobertura dedicada a Cobreloa:

- 29 de julio a 31 de diciembre 2011: este semestre se seleccionó para ser analizado, ya que fue el último torneo en el que Cobreloa logró una buena campaña. En este año, el equipo loíno salió subcampeón del campeonato, luego de perder la final frente a Universidad de Chile.
- 22 de diciembre 2014 a 22 de mayo de 2015: durante este periodo de tiempo se jugó el torneo en el que Cobreloa desciende por primera vez en su historia. La mala campaña que tuvieron en este torneo, el pésimo desempeño en el anterior campeonato y el castigo de la resta de puntos, hundieron al equipo naranja en la tabla acumulada, provocando su caída a la segunda categoría.

- 07 de febrero a 08 de julio de 2022: es el semestre actual que será analizado, con el objetivo de determinar si la cantidad de noticias que hablaban acerca de Cobreloa ha disminuido o no, tras completar más de seis años en la primera B del fútbol chileno.

### 3.3.2 *Temáticas a investigar en los instrumentos*

**Entrevistas.** Al perfil de los periodistas deportivos se les preguntó sobre cinco temas diferentes:

- *La importancia de la historia del club:* esta temática fue abordada con el fin de conocer qué importancia tiene la historia del club a la hora de seleccionar si se reporta o no.
- *Lo que se considera noticia:* se busca comprender los factores que se deben cumplir, para que un hecho ocurrido en un club de fútbol sea considerado noticia para el medio de comunicación respectivo.
- *Cobreloa como “club grande”:* conocer si para los periodistas deportivos entrevistados Cobreloa es o no un club grande dentro del fútbol chileno.
- *Deuda de medios con clubes regionales:* el objetivo de abordar este tema es conocer si para los entrevistados existe una deuda de los principales medios de comunicación del país con los clubes de regiones.

Para llevar a cabo estas entrevistas se ocupó el siguiente cuestionario de preguntas:

- ¿Qué es noticia dentro de un equipo de fútbol?
- ¿Cuánto influyen los resultados deportivos del equipo en relación a la cantidad de noticias que se escriben acerca de este?

- Una mala campaña ¿influye positiva o negativamente en la cantidad de noticias que se publican?
- ¿Cuánto importa la historia del club a la hora de tomar la decisión de reportarlo?
- Generalmente ¿se opta por escribir noticias principalmente de clubes de primera división independiente del peso que este tenga en el fútbol chileno?
- Con las tecnologías actuales ¿el reporte a distancia es posible?
- En relación con lo anterior ¿se toma más relevancia a los equipos ubicados en Santiago que a los de regiones?, ¿por qué?

En relación al perfil de periodistas con magíster en comunicaciones, las temáticas en las que se ahondaron fueron las siguientes:

- *Posicionamiento Comunicacional*: el objetivo era saber la definición que tenían las entrevistadas sobre posicionamiento comunicacional.
- *Mantenimiento del posicionamiento*: conocer lo que debe hacer una institución para mantener el posicionamiento alcanzado en los medios de comunicación.
- *Rol de los medios digitales*: percibir el rol que cumplen los medios digitales en la actualidad y, qué papel juegan en el posicionamiento individual de la institución.

Para recabar información sobre estas temáticas se utilizó el siguiente formulario de preguntas:

- ¿Cómo definirías posicionamiento comunicacional?
- ¿Qué estrategias podría utilizar una institución para lograr un buen posicionamiento?
- ¿Qué tan importante es para una entidad mantener el foco comunicacional?

- ¿Cuánto puede afectar la pérdida de este posicionamiento?
- ¿Puede esto derivar en una crisis interna en la institución?
- ¿Qué papel podrían jugar los medios digitales en este sentido?

Por último, en el perfil de periodistas que hayan cubierto o escrito acerca de Cobreloa, se abordaron los siguientes temas:

- *Descenso 2015*: ahondar en los detalles y significancia que tuvo para el club el descenso por secretaria del año 2015.
- *Momento económico*: conocer de forma más profunda la crisis financiera de la institución, además de indagar en los principales motivos que la llevaron a esta delicada situación.
- *Aporte Codelco*: saber la importancia que tenían para Cobreloa los aportes entregados por la empresa Codelco. Asimismo, indagar en la posibilidad de que la empresa vuelva a aportar al club.
- *Sociedades Anónimas Deportivas (S.A.D.)*: ahondar en el pensamiento que tienen los entrevistados sobre el funcionamiento de las Sociedades Anónimas Deportivas en Chile.

Con el objetivo abordar estas temáticas se usó el siguiente formulario de preguntas:

- Para usted Cobreloa, ¿es un club grande de Chile?, ¿por qué?
- ¿Cuál cree que es el peso de Cobreloa en el fútbol chileno?
- ¿Cómo afectó a la institución el descenso en el año 2015?, ¿cuáles son los principales factores de esta baja de categoría?
- ¿Qué tan mal está la economía del club?

- ¿Cuál era la importancia de los aportes de Codelco?, ¿cree que vuelva a colaborar con Cobreloa?
- ¿Qué piensas de las Sociedades Anónimas Deportivas?
- ¿Considera que los principales medios de nuestro país concentran sus noticias deportivas en los clubes de Santiago?

**Análisis de Contenido.** Para llevar a cabo la implementación de este instrumento se analizarán los siguientes aspectos de las noticias de Cobreloa en el diario La Tercera Digital:

- *Cantidad de noticias:* determinar el número de noticias que hablan acerca de Cobreloa en los semestres analizados.
- *Caracteres:* para medir la cantidad de caracteres que contiene cada noticia acerca del club.
- *Imágenes:* cuantificar la cantidad de imágenes que contiene cada nota publicada acerca de la institución.
- *Foco noticioso:* determinar cuál es el foco principal de cada una de las noticias analizadas.
- *Principal o Secundario:* medir si en la noticia analizada Cobreloa es el club principal del que se está hablando, o bien, juega un rol secundario en la nota.

De esta forma los cuadros de análisis de contenido se ven de la siguiente manera:

### **Figura 1**

*Cuadro de Análisis de Contenido y Cuadro de Nomenclatura*

<b>Cuadro de Análisis de Contenido</b>						
Técnico			2011	Contenido		
Nomenclatura	Caractéres	Imágenes		Foco Noticioso	Principal / Secundario	

<b>Cuadro de Nomenclatura</b>						
2011						
N°	Día	Fecha	Código	Titular	Link	

## 4 Análisis Entrevistas

En este capítulo se entregarán los resultados obtenidos de los dos instrumentos aplicados. En mi primer lugar, se mostrarán las entrevistas realizadas con extracto de lo que dijeron cada uno de los entrevistados, de los tres perfiles escogidos, acerca de las temáticas abordadas.

### 4.1 Perfil de periodistas deportivos

#### 4.1.1 *La importancia de la historia del club:*



Ignacio Valenzuela

“Yo siento que todo tiene una historia. El tema es saber investigarla, saber contarla. Y en el caso del fútbol que es un fenómeno que tiene algunas particularidades, involucra comunas, involucra barrios, involucra pueblos, me parece que está muy bien pensado que siempre se indague en la historia de los equipos, siempre hay un origen, siempre hay alguien que puso la primera piedra, entonces independiente de la cantidad de hinchas, de los años que lleve, de los títulos que ha ganado el equipo de fútbol o del deporte que sea, creo que siempre pesa esa historia para poder entender el fenómeno, para poder entender por qué con el correr del tiempo se mantiene el apego, se mantiene el fanatismo, se mantiene la pasión”.



Pablo Flamm

“Generalmente las elecciones de club al momento de reportear dependen mucho de la decisión de los editores de turno, no es que uno elija. En la época que a mí me tocaba reportear me decían “a ti te toca hacer a Colo Colo, te toca la U, te toca Católica” o “vamos a hacer esto”, generalmente te designan, después ya con el tiempo tú vas proponiendo algunas opciones o situaciones, pero generalmente son designaciones de parte de los editores a cargo”.

El periodista Jorge Cubillos no abordó esta temática en sus respuestas



Jorge Cubillos

En esta temática, el periodista Ignacio Valenzuela señala que la historia de los clubes sí tiene una importancia a la hora de reportear, pero a la vez también menciona lo importante de la historia del equipo, en relación al sentido de pertenencia que tengan los hinchas con el club de su ciudad, independiente de los años de antigüedad de la institución.

Por otro lado, el periodista Pablo Flamm destaca que más allá de la historia que tenga la institución, la decisión de que equipo reportear y cual no, pasa mucho más por los editores de turno que por los periodistas del medio.

En relación a las respuestas obtenidas acerca de este tema, es factible ahondar en lo apuntado por el periodista Ignacio Valenzuela. Con el pasar de los años y la llegada del mundo digital, la globalización se volvió imposible de combatir en el mundo entero, en el caso del

fútbol, esta globalización provoca que el sentimiento de pertenencia que los jóvenes y niños tenían con su equipo de barrio, se vaya perdiendo, muchos ya no son hinchas del equipo de su ciudad, sino que son seguidores de equipos y/o jugadores extranjeros.

El efecto que produce lo mencionado anteriormente, se puede observar en la poca cantidad de hinchas que tienen algunos clubes históricos del fútbol chileno. Asimismo, otra de las cosas que provoca la pérdida de este sentido de pertenencia, es que los jugadores jóvenes, aspiran a salir del país rápidamente para jugar en el extranjero, lo que a la larga deteriora la liga local, además que por temas principalmente de la lejanía con la familia, o la falta de oportunidades, la gran mayoría de estos jugadores que emigran de forma temprana, no logran consolidar sus carreras fuera del país.

De los dos entrevistados que abordaron esta temática, uno de ellos (Ignacio Valenzuela) enmarca su respuesta en relación a la historia de los clubes, el otro (Pablo Flamm), fija su respuesta en los aspectos más técnicos del medio, señalando que esta decisión pasa más por otro cargo, como es el del editor, en el medio de comunicación respectivo.

***Lo que se considera noticia:***

Ignacio Valenzuela

“Yo creo que el fútbol de hoy no es el fútbol que conocimos antes, tiene una mirada más empresarial, son todas sociedades anónimas que funcionan con un gerente, con gente que de repente no tiene idea de fútbol y funciona así.

El caso de Colo Colo, que se transforma casi en leyenda por su fundador, por lo que le pasó a su fundador, porque es en Chile además el único equipo que ganó una Libertadores, siempre va a generar noticia, siempre va a haber gente pendiente de Colo Colo”.

“Hay muchas cosas que se consideran noticia, dependiendo de los momentos y las situaciones, si lo enmarcas en una previa de un partido, la posible formación, los lesionados, la importancia del partido que te la da muchas veces la posición en la tabla, los objetivos a lograr, si cumplió, etc. Lo otro tiene que ver con el planteamiento táctico que muchas veces varía en función del rival. Hoy día está plagado de temas periféricos”.



Jorge Cubillos



Pablo Flamm

El periodista Pablo Flamm no abordó esta temática en sus respuestas

Este ítem fue abordado por dos periodistas que entregaron visiones no opuestas, pero si diferentes. En el caso del entrevistado Ignacio Valenzuela, él habla de la mirada más empresarial del gremio futbolístico.

De alguna manera, de esta respuesta se puede interpretar que hoy en día lo que se considera o no noticia dentro de un club de fútbol, pasa primero por el peso que tenga esta institución en cuanto a poderío económico y deportivo. Es el caso de Colo Colo por ejemplo, que dentro del fútbol chileno es un equipo con una caja de resonancia enorme, todo lo que ocurra dentro de este club, será noticia, no así en el resto de los equipos del medio.

Por otro lado, el entrevistado Jorge Cubillos, quien además cubre el día a día de Universidad Católica para TNT Sport Chile, señala que los aspectos que se pueden considerar noticia dentro de un club pasan también por el momento deportivo de la institución.

En un club que esté pasando por un mal momento, los temas que salen de la cancha y que tienen que ver con situaciones como cambio de entrenador, peleas internas, crisis dirigencial, etc. tomarán más peso de lo normal, es todo lo contrario a lo que pasa en un club donde las cosas andan bien, el foco noticioso estará concentrado en los resultados deportivos de la institución y no en los temas extra futbolísticos. En la misma línea, el periodista también señala alguna de las cosas más frecuentes que se consideran noticia en un equipo, como la posible formación para el próximo partido, cantidad de lesionados, etc.

Si bien ambas respuestas son abordadas de miradas diferentes, las dos son comprobables en el funcionamiento que tiene a diario el medio futbolístico del país. En Chile, La noticia generalmente está concentrada en Colo Colo, Universidad de Chile y Universidad Católica, quienes coincidentemente también son los equipos con mayor poderío económico del país.

Asimismo, si se hace una mirada del medio, en los equipos con mal momento deportivo, la gran mayoría de sus noticias tienen un enfoque que sale de lo que ocurre en la cancha, no así como los equipos con buen presente, en donde la noticia se centra en su buen rendimiento dentro del campo de juego.

#### 4.1.2 Cobreloa como “club grande”.



Ignacio Valenzuela

“Para mi Cobreloa es el minero, nace en una ciudad, en una zona, en una región, una provincia que está ligada a la minería. El fútbol en esa zona es de larga tradición. Existían a nivel amateur los campeonatos, Chuquicamata era muy bravo, tenía su estadio en Chuqui, el Anaconda, que era una minera, y Calama también tenía lo suyo, entonces cuando nace Cobreloa como un club oficial, y además en tan poco tiempo logra conseguir tantos títulos, es dos veces seguidas finalista de una Copa Libertadores, tenía tanto recursos, yo naturalmente le doy el mote de un equipo grande, otra cosa es que ahora esté en otra categoría, pero Cobreloa, nace como un equipo muy muy grande, al alero de Codelco, con recursos infinitos, o sea lo que quisieran lo tenían, porque tenían mucha plata, así nace Cobreloa”.



Pablo Flamm

“Sí, totalmente, totalmente. Lo que pasa es que hay que entender, que Chile es un país centralista, claramente en los últimos 20 años, Colo Colo, Católica y la U acaparan un gran porcentaje de los hinchas o de convocatoria. Pero yo soy de los que cree, que la historia o el peso de los clubes para llegar a llamarlos grandes, está muy relacionado con sus logros y, eso no tiene que ver con los años. Cobreloa es un equipo muy grande, por los títulos que tiene, su participación en Copa Libertadores, pero básicamente por la cantidad de títulos y porque Cobreloa logró también generar un fenómeno de adeptos, de hinchas, que no solo se arremeten a Calama, sino que hay hinchas de Cobreloa por todo Chile”.

“Sí, lo considero ¿Sabes por qué? Lo que más me llama la atención de Cobreloa es que tú vayas a la ciudad que vayas, encuentras hinchas de Cobreloa, en todos lados. Eso tiene una explicación bastante simple, que en la historia y los logros que alcanzó Cobreloa sobre todo en los 80’ con las finales de la Libertadores, con la gravitación a nivel nacional y la cantidad de títulos”.



Jorge Cubillos

Esta temática que fue abordada por todos los entrevistados, tiene como resultado una respuesta en la que los tres periodistas coinciden. Cobreloa, es un equipo grande dentro de Chile.

Para explicar su respuesta, Ignacio Valenzuela hace hincapié en la historia de la institución de Cobreloa, la importancia de Codelco y su vinculación con Calama son los ejes centrales que marcan la historia de este club. Asimismo, el periodista ahonda en la cantidad de recursos del club, situación que explica su rápido éxito deportivo, con ascenso al primer año de vida y con dos finales de copa libertadores solo con 5 años de existencia. Para Ignacio, todos estos logros conseguidos por Cobreloa, además de su historia, hacen que sea un considerado un club grande dentro de Chile.

Al igual que el anterior, el periodista Pablo Flamm, señala que la grandeza del club pasa principalmente por los logros que este consiga, independiente de la antigüedad que tenga. Siguiendo esta línea, Cobreloa consiguió muchos títulos y logros nacionales en sus primeros años de existencia, situación que de inmediato le generó ser considerado un grande del fútbol chileno pese al momento deportivo actual.

Para finalizar la mirada del periodista Jorge Cubillos no solo se enfoca en los logros de la institución, sino que también abarca el tema de los hinchas. Con lo conseguido principalmente en la década de los 80', Cobreloa consigue una gran cantidad de hinchas, que hasta el día de hoy siguen al club. Si bien la grandeza de un club depende de aspectos que muchas veces son subjetivos, sin duda alguna la cantidad de seguidores que tenga esa institución jugará un papel clave a la hora de la consideración.

Todos los entrevistados consideran a Cobreloa un club grande dentro del fútbol chileno, sus logros deportivos concentrados principalmente en la década de los 80', la forma en la que se fundó al alero de Codelco, además de la cantidad de hinchas que tiene el equipo a lo largo del país, son los principales puntos por los que se considera a esta institución como grande dentro del medio.

### 4.1.3 *Deuda de medios con clubes regionales.*



Ignacio Valenzuela

“Bueno Chile es un país muy centralizado, el medio en el que yo trabajo es ultra centralizado. La mayoría de los recursos a nivel de telecomunicaciones desgraciadamente están acá (Santiago), y te lo digo yo que estudié en región, entonces puedo dar fe de eso. Es una barrera, con el tiempo esto ha cambiado, o sea en los 80’ los 90’ era distinto, ahora está todo a la mano, está internet, está esto que tú lo buscas y encuentras todo, pero sí, al momento de centrar la atención, es más, si tú miras la cantidad de equipos que hay hoy en Santiago en primera, o sea está peligrosamente creciendo, van quedando pocos equipos afuera, Antofagasta, Huachipato el equipo más al sur, en los 80’ tenías a Valdivia, a Temuco. Es una distancia, es jodido”.



Pablo Flamm

“Absolutamente, y no es de ahora, ha sido de toda la vida, por lo menos yo desde que ingresé al periodismo en el año 96’, claramente acaparan un alto porcentaje los equipos de Santiago, en desmedro de los equipos de provincias, por motivos que claro, son súper discutibles, pero también al tiempo uno los va entendiendo. Los negocios relacionados con los medios de comunicación que sostienen al final muchos de estos programas, están relacionados con los números de venta, de rating. Entonces, cuando generalmente tu visión más fuerte está concentrada básicamente en el interés de Santiago, claramente tú te desvías un poco. Cuesta mucho, porque al final, uno va entendiendo también el negocio, entonces desde esa mirada es complejo, es muy complejo”.



Jorge Cubillos

“Mira, si lo llevo a un plano de que significa que vamos a informar de manera igualitaria para todos los equipos, sí, claramente hay una deuda, pero esto tiene una explicación bastante básica, y es que los editores y quienes rigen los medios en general, se basan en estándares de medición de audiencia, y hoy día la medición de audiencia claramente te indica...

hablemos en medición de audiencia, rating televisión, cantidad de auditores en radio, hoy día están los clics, visitas, tiempo de permanencia en una web, claramente te indica cuales son los más consumidos y la pauta se arma en base a lo más consumido, o sea, ¿qué consume más la gente en tiempos de selección chilena?, la selección, y en épocas normales es Colo Colo, la U y Católica, entonces si me vas a decir, si esto es injusto, sí claro, pero hay un índice que te norma un poco”.

En relación a esta temática, si bien el periodista Ignacio Valenzuela reconoce la centralización del medio, también señala la importancia del mundo digital en estos temas. Con la llegada del internet, toda la información está más al alcance de la mano de las personas, permitiendo acceder a la información de otros equipos que generalmente no son cubiertos. Asimismo, el entrevistado también hace hincapié en la poca cantidad de equipos regionales que se mantienen en primera división, situación que lamentablemente aumenta año a año.

Los otros dos periodistas que abordaron este ítem tienen una mirada similar de la situación, ambos reconocen que el medio es muy centralista y que evidentemente existe una deuda con los clubes de regiones, sin embargo, también reconocen que la poca cobertura entregada, tiene una explicación que puede gustar o no, pero que es absolutamente válida para el mercado de los medios.

En esta línea, tanto el periodista Pablo Flamm como Jorge Cubillos, sostienen que los medios de comunicación se basan en estándares de medición de audiencia. Por ejemplo, los puntos de rating que consiga un programa de televisión son vitales a la hora de contar los recursos recaudados por este.

En el fondo, los puntos de rating en televisión, la cantidad de clics en los medios digitales o bien, el número de auditores en radio, son métodos que demuestran lo más consumido por las personas. Bajo esta lógica, evidentemente el medio va a centrar sus noticias en relación a lo más visto por el público, es por esto que los tres periodistas coinciden en que sin duda alguna existe una deuda de los medios con los clubes de regiones, pero entienden que esto tiene una explicación.

Asimismo, con el avance de lo digital esta situación ha ido disminuyendo un poco, ya que al menos en internet, los medios regionales que son generalmente los que más hablan de los equipos de sus zonas, cada vez tienen más personas a lo largo de Chile que se informa a través de ellos.

## Perfil de periodistas con magíster em comunicaciones

### 4.1.4 Posicionamiento Comunicacional



Carla Santana

“Cómo te presentas en cuanto a identidad corporativa, con tu público objetivo, cómo vas mejorando esta comunicación, porque la comunicación en el fondo es entendida como algo cambiante también, que se va adaptando a la cultura o al lugar donde estás inserto, entonces es muy importante saber lo que está sucediendo dentro del trabajo diario que vas desarrollando como empresa, y también con los objetivos o misión que tú tienes, cómo vas comunicándolo a la gente que está afuera o que puede ser tu futuro usuario o cliente”.



Tahía English

“Bueno, según mi experiencia, yo trabajé por 18 años en salud, antes de eso Ruth Tapia fue mi jefa en Comunicaciones de la universidad y yo trabajaba directamente con el rector Rivero en esa época y, yo creo que lo primero que uno tiene que generar para poder tener un diseño de estrategia que sea valorada por el público o audiencia, finalmente es tener la sobre confianza y vínculo, en donde se pueda hablar de cosas fáciles y cosas difíciles”.

En esta temática que abordaba el posicionamiento comunicacional, la periodista Carla Santana reconoce que el posicionamiento va muy de la mano en la forma de presentarse con el público objetivo, además de ir adaptándose a los cambios propios que va teniendo la comunicación. La situación interna, y la imagen reflejada hacia afuera, marcan de alguna forma el posicionamiento comunicacional.

Respuesta similar es la que se puede observar de parte de la periodista Tahía English, quien también reconoce la importancia de la estrategia entregada al público objetivo. Asimismo, la entrevistada también destaca la importancia de un buen equipo laboral a la hora de trabajar el posicionamiento institucional.

Ambas entrevistadas coinciden en que el posicionamiento comunicacional, va muy de la mano con el trabajo interno de la institución y la imagen que esta proyecte hacia afuera. Esto, se puede enlazar con el posicionamiento individual que fue abordado en el marco teórico, el que depende únicamente de la imagen que muestre la institución en cuestión hacia afuera.

#### 4.1.5 *Mantenimiento del posicionamiento.*



Carla Santana

“Mantenerlo bien desde dentro va a hacer que se mantenga desde afuera, esa podría ser como mi idea, pero yo creo claramente que también hay estrategias de marketing, que hacen que una empresa esté vigente en un medio, estrategias comunicacionales, de acuerdo a la naturaleza o a la particularidad de cada empresa, cómo se va vinculando también con su medio”.



Tahía English

“Lo más importante es crear reputación corporativa, y la reputación corporativa es conseguir la confianza de las personas que están captando el mensaje. La verdad que cuando yo partí en la Chile, no había equipo de comunicaciones en las clínicas, nosotros fuimos el primer equipo de comunicaciones en un hospital, había relacionadores públicos, había gente que se encargaba de prensa, pero eran derivados del ministerio del servicio de salud”.

En relación a las estrategias que se pueden emplear para mantener el posicionamiento comunicacional, la periodista Carla Santana destaca la importancia de que la situación interna de la institución esté bien, para reflejar eso afuera, lo que en el caso de Cobreloa no ocurrió, ante la mala situación interna tanto dirigencial como deportivamente, esto también se reflejó en la imagen que mostraba el club hacia afuera. Asimismo, la entrevistada también destaca la implementación de estrategias de marketing y comunicaciones que ayudan en esta línea.

Por otro lado, Tahía English destaca la importancia de crear reputación corporativa, término que busca determinar la forma en la que los consumidores visualizan a la empresa y/o

institución. Asimismo, la periodista ejemplifica lo anterior, contando su experiencia en relación a este ítem.

Según lo anterior, es factible señalar que ambas entrevistadas coinciden en que si la situación interna de la institución está bien, esto se verá reflejado en la imagen proyectada hacia afuera, situación que se repite en el caso de que la interna no viva un buen presente, ya que también eso se proyectará al exterior.

#### 4.1.6 Rol de los medios digitales.



Carla Santana

“Los medios digitales lo enlazo desde una mirada más sociológica, y lo que nos sucedió como pandemia, o el tema político actual, ha influido a que nos volquemos más a lo digital, entonces ha habido un cambio desde los niños, en cuanto a su relacionar con las personas, a sus relaciones interpersonales quiero decir, y desde los trabajos. Entonces los medios digitales han sido muy importantes, tanto como para las personas, para informarse en lo rápido que van sucediendo las cosas, pero también para las empresas, hacen que todos nos comuniquemos fácilmente, que la mayoría tiene acceso a internet, acceso a redes sociales, entonces obviamente para las empresas es muy importante el tener quizá redes sociales, dependiendo de la particularidad de la empresa, depende del público, el stakeholder, y yo creo que son importante los medios digitales a nivel sociológico”.



Tahía English

La periodista Tahía English no abordó esta temática en sus respuestas.

Este tema fue abordado por la periodista Carla Santana, quien destaca que la pandemia jugó un rol importantísimo en el crecimiento de lo digital. Lo señalado por la entrevistada, tiene toda lógica, ya que el hecho de no poder salir de las casas por el virus, provocó que todo

comenzara a ser más digital. Teletrabajo, clases online y videollamadas familiares, pasaron a ser la forma de relacionarse que tenían las personas.

En relación a los medios pasa algo similar, estando la gran cantidad de la gente en las casas, estas estaban constantemente consumiendo una información que gracias a los medios digitales llegaba de forma muy rápida a los hogares, estableciendo una relación constante con las personas.

Esta relación también la tenían las instituciones, ya que producto de la pandemia no se podía tener una relación más presencial con el público objetivo, gran parte de ellas se abocaron a lo digital principalmente de la mano de las redes sociales, las que fueron vitales para lograr este punto. Es así, como actualmente tener unas redes sociales activas es vital en la relación entre las instituciones y su gente.

## 4.2 Perfil periodistas que hayan cubierto o escrito acerca de Cobreloa

### 4.2.1 Descenso 2015.



Paulo Flores

“Es trágico! Es trágico absolutamente, Totalmente trágico porque fue una conjunción de temas de una mala dirigencia el año 2015 que nos llevó a perder la categoría, mala elección de técnico, mala elección del plantel, porque es por lejos el Cobreloa más malo en la historia, malo el equipo. Y te digo mal elegido los jugadores, los técnicos, Fernando Vergara llegó en mal momento, habían jugadores que no merecían tener la camiseta naranja, y una mala dirigencia también po’ si ese es el tema”.



Hugo Marambio

El periodista Hugo Marambio no abordó esta temática en sus respuestas

El descenso 2015 fue abordado por el periodista Paulo Flores, quien destaca lo trágico de la situación. Según su visión, el mal funcionamiento de la dirigencia, la mala elección de técnico y la pésima conformación de plantel, son los principales factores que explican esta situación.

Con el paso del tiempo, Cobreloa cada vez fue perdiendo más peso en el fútbol chileno. El club loíno vivió un momento dirigenal muy delicado, con diferencias entre sus directores, situación que lamentablemente se vio reflejada en el armado de plantel que se llevó a cabo en la institución.

El mejor ejemplo de lo mencionado anteriormente, es el error dirigencial en la inscripción de Alejandro Hisis para el campeonato. En las bases del torneo, estaba claramente estipulado que una persona que cuente con el título de entrenador de fútbol, como era el caso de Hisis, no podía ser parte de dos equipos diferentes en una misma temporada. Errores como este, son el mejor ejemplo de que la situación dirigencial no pasaba por buen momento en Cobreloa, pues son situaciones totalmente evitables y que probablemente no ocurrirían cuando el ambiente interno tiene buen presente.

#### 4.2.2 *Momento económico.*



Paulo Flores

“Cobrelola incluso se trató de vender a un grupo mexicano, entonces todo eso hacía que se fuera perdiendo la identidad del club, a muchos les convenía que Cobrelola bajara para que bajara también su valor y poderlo comprar en una miseria de dinero. Hoy la situación económica del club es malísima, cuando en la vida se había dado que Cobrelola iba a tener que salir a las calles a hacer rifas, completadas, para juntar medios para pagarle a su gente, entonces es complicado, dirigencialmente son años muy malos los que ha pasado Cobrelola, y futbolísticamente después de la pésima campaña que casi nos lleva a la segunda división profesional”.



Hugo Marambio

“Los dirigentes malgastaron los recursos, en Cobrelola ya no se pagan los mismos sueldos que se pagaban antaño. Este año Cobrelola en lo económico está todavía, porque todavía no sale, con una deuda actual de cerca de \$1.000 millones. Todo esto fue porque Cobrelola se democratiza y abre la puerta a un montón de gente”.

En este punto ambos reconocen la mala situación económica del club y, coinciden con el principal culpable de todo esto, la pésima administración que ha tenido el equipo de Calama en el último tiempo.

Como bien señala el periodista Paulo Flores, durante el presente 2022, la situación económica del club fue tan crítica que se debió recurrir a aspectos como bingos a beneficios, además de aporte solidario por parte de los hinchas, todo con el objetivo de no irse a la quiebra.

Asimismo, las condiciones en las que ha trabajado el primer plantel del equipo durante los últimos años, son verdaderamente pobres para un club profesional. Falta de vestimenta para los entrenamientos, cancha en mal estado y falta de agua caliente para ducharse, son algunas de las cosas que se transformaron en costumbre en la institución. Todo lo anterior, sin contar que para las ramas menores del club la situación ha sido incluso más delicada.

### 4.2.3 *Aporte Codelco.*



Paulo Flores

“Los aportes vienen quitándose hace mucho tiempo, el aporte cuando Cobreloa pasó a ser Sociedad Anónima Deportiva el 2006 - 2007, comenzaron los problemas con las deudas. Codelco siempre ha aportado, pero por debajo de la mesa, recuerda que no puede llegar y aportar a una Sociedad Anónima. Antes había una norma ante la ley que si tú trabajabas en Codelco, tanta parte de tu sueldo iba para el club, ahora no.”



Hugo Marambio

“Yo digo que el papá de Cobreloa es Codelco y la mamá es toda la comunidad de Calama, por mandato del gobierno militar, se le asigna a Codelco aportar con todo lo que tuviera al alcance a Cobreloa. Hasta que llegó un momento hace cinco años atrás, en que Codelco por su nueva política, dice que no podía seguir aportando a Cobreloa y de ahí en más Cobreloa se tuvo que rascar las uñas por si sola, ya no era el mismo Cobreloa, no llegaban los mismos jugadores que llegaban antes”.

En esta temática que fue abordada por ambos entrevistados, los dos reconocen la importancia de Codelco a lo largo de la historia de Cobreloa. La empresa estatal fue por mucho tiempo el principal sostenedor de una institución que gozaba con una cantidad inmensa de recursos.

Si bien los dos periodistas coinciden en la importancia del aporte de Codelco, solo Paulo Flores señala que la empresa nunca ha dejado de aportar a Cobreloa, solo que lo ha hecho de otra

forma. En esta línea, se sabe que en Codelco aún existen trabajadores antiguos a los que se le descuenta por planilla un monto de su sueldo que se va para las arcas de Cobreloa.

Asimismo, Hugo Marambio también sostiene que esta baja en el aporte entregado por Codelco, marca un antes y un después en la conformación de los planteles del equipo, pues con menos recursos, la calidad de jugadores que llegaban a defender la camiseta de Cobreloa no era la misma que llegaban cuando había un superávit económico.

#### 4.2.4 *Sociedades Anónimas Deportivas.*



Paulo Flores

“Buenas y malas, pero bien administradas por supuesto que te tiene que ir bien, a católica le va bien, entonces, por un lado, es bueno y por otro lado es malo, dependiendo de la gente que esté administrando. Muchas veces se mete gente de sociedad anónima deportiva que no cacha nada de fútbol, sino pregúntele a Michael Clark en la Universidad de Chile, al señor Vial en Colo Colo ¿qué saben de fútbol?, que la pelota es redonda o es cuadrada, pero es un tema para ganar lucas, para ganar prestigio, pero el prestigio se te acaba mientras tu equipo está peleando el descenso y tiene problemas económicos”.



Hugo Marambio

“Los clubes que la han aplicado bien y que la han trabajado bien, en general han sacado buenos réditos, por ejemplo, O’Higgins. Hay otros que no han sabido manejar bien las Sociedades Anónimas, me voy al caso extremo de Deportes Concepción. En el caso de Cobreloa es una Sociedad Anónima media rara, porque si bien Cobreloa tiene que rendir cuenta a la superintendencia de valores y seguros, hoy día Cobreloa no tiene presidente y dicen que el club es de los socios”.

Las Sociedades Anónimas Deportivas llegaron a Chile con el objetivo de mejorar la situación económica de los clubes nacionales, ambos entrevistados coinciden en que cuando son bien administradas, las sociedades logran grandes cosas para los clubes para los que trabajan. A nivel nacional, este es el caso de Universidad Católica o el caso de O’Higgins en el último tiempo.

Pese a lo anterior, el periodista Paulo Flores toca uno de los puntos que más criticados en el desarrollo de estas administraciones. Muchas veces los accionistas y a su vez directores de las Sociedades Anónimas que dirigen los clubes, son personas que nunca han estado ligadas al ámbito futbolístico, por lo que privilegian la mayoría de las ocasiones lo económico por sobre lo deportivo.

En el caso de Cobreloa, el pasar a ser una Sociedad Anónima no le ha traído nada bueno al equipo, pues en lo deportivo, han permanecido más de siete años en la primera B, mientras que, en lo económico, la situación es totalmente crítica con una deuda de casi \$1.000 millones.

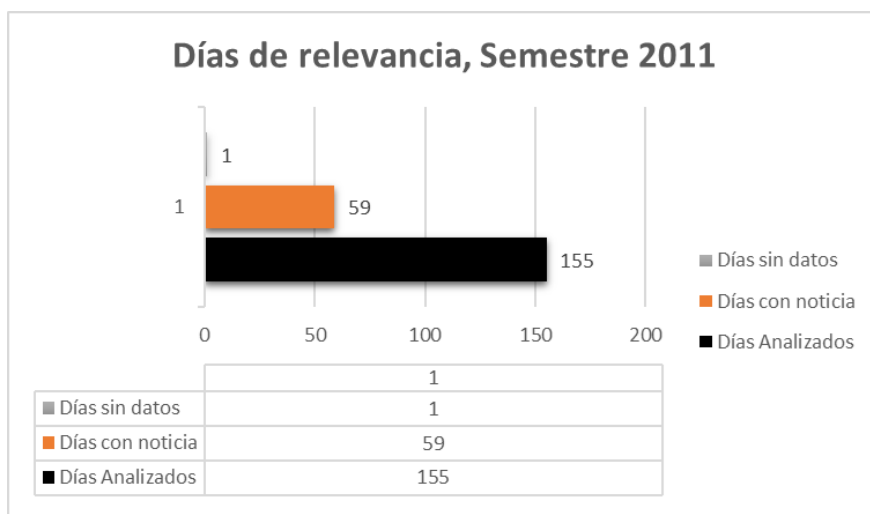
## 5 Análisis de Contenido

Como se mencionó anteriormente, en el análisis de contenido se estudiaron tres semestres diferentes. Los resultados de este estudio se graficaron de forma separada para cada uno de los semestres. Asimismo, se desarrollaron gráficos que compararan todo lo que se estudió.

### 5.1 Análisis semestre 2011 (29 de julio a 31 de diciembre)

**Figura 2**

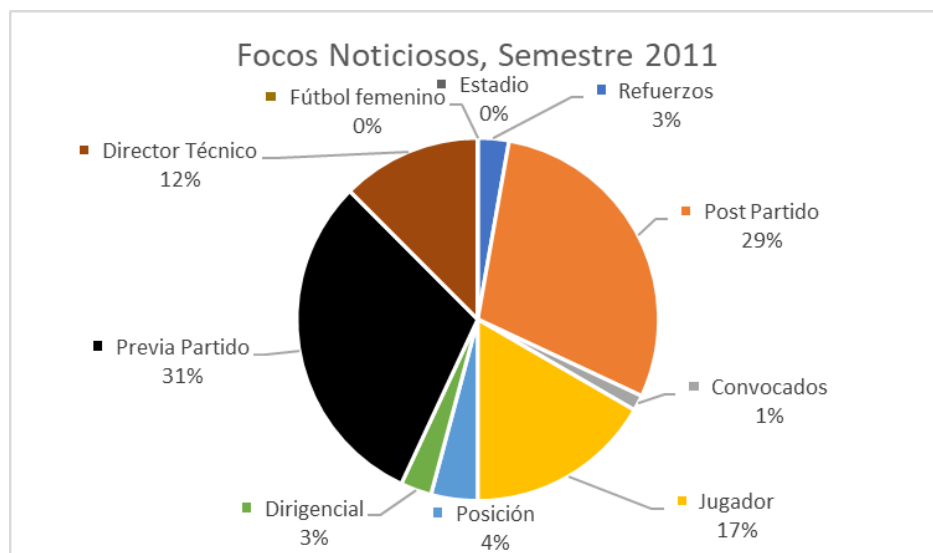
*Días de relevancia, Semestre 2011*



Este gráfico presenta los días que el diario La Tercera Digital publicó noticias acerca de Cobreloa en el semestre estudiado correspondiente al año 2011.

Como se puede observar en el gráfico, en este semestre, en una gran cantidad de los días analizados, el diario publicó noticias que hablaban de Cobreloa. De las 155 jornadas estudiadas, en 59 existieron publicaciones referentes al equipo de Calama. Asimismo, solo en una jornada del semestre no se encontraron datos de la publicación de ese día.

Esta situación se debe principalmente a que durante la temporada 2011 Cobreloa consiguió salir subcampeón del torneo chileno en una campaña que fue de menos a más. Como el presente del club era bueno, y los resultados deportivos se estaban dando, el diario toma la decisión de cubrir con frecuencia el día a día del equipo.

**Figura 3***Focos noticiosos, Semestre 2011*

Este gráfico tiene el objetivo de mostrar los diferentes focos noticiosos de las noticias que hablan de Cobreloa en el semestre del año 2011.

Como se puede observar en la gráfica, la gran cantidad de noticias que se publicaron sobre Cobreloa en el semestre del año 2011, hablaban de los partidos del equipo loíno, tanto en la previa (con la posible formación o la cantidad de lesionados del plantel), como en el post partido (con el análisis luego del compromiso).

Asimismo, se puede observar que la mayoría de los temas se centran en lo que pasa dentro del campo de juego, ya sea con noticias que hablan de un jugador en particular, del análisis de un partido o bien, del director técnico.

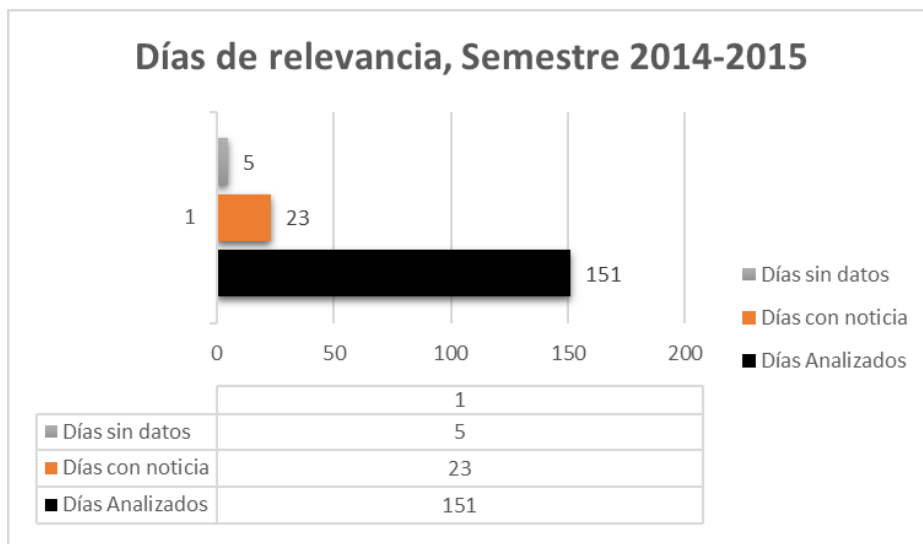
Por otro lado, en este semestre donde los resultados que estaba consiguiendo el equipo de Cobreloa eran buenos en lo deportivo, ya que salieron subcampeones del torneo chileno, los temas dirigenciales casi no son abordados por el medio analizado.

Por último, otro de los factores que llama la atención en el análisis del semestre estudiado, es que en este año 2011 no existe ninguna noticia ligada a la rama de fútbol femenino de Cobreloa.

## Análisis semestre 2014-2015 (22 de diciembre 2014 a 22 de mayo de 2015)

**Figura 4**

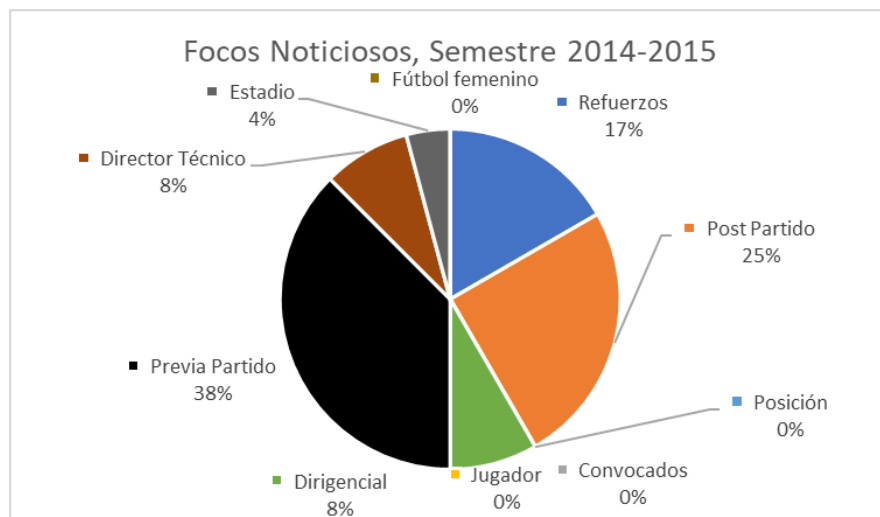
*Días de relevancia, Semestre 2014-2015*



Este gráfico presenta los días que el diario La Tercera Digital publicó noticias acerca de Cobreloa en el semestre estudiado correspondiente a los años 2014-2015.

Ya entrando en el semestre de los años 2014-2015, se puede observar claramente que en este momento ya la cantidad de días en los que se escribe acerca de Cobreloa comienza a disminuir de forma significativa, con solo 23 jornadas cubiertas de un total de 151 analizadas. Asimismo, durante este semestre existieron cinco días de los que no se encontraron datos de la publicación del diario.

Esta situación se explica mayoritariamente de la base de que, en este semestre el plantel de Cobreloa no logra buenos resultados deportivos consiguiendo el primer descenso de toda su historia. Como los loínos estaban entonces en los últimos lugares de la tabla de posiciones, el medio deja de cubrir de forma tan seguida el día a día de la institución.

**Figura 5***Focos Noticiosos, Semestre 2014-2015*

Este gráfico tiene el objetivo de mostrar los diferentes focos noticiosos de las noticias que hablan de Cobrelloa en el semestre de los años 2014-2015.

Como se puede observar en el gráfico, al igual que en el semestre del año 2011, la mayoría de las noticias cubiertas tienen el foco noticioso en relación a los partidos del equipo (previa partido y post partido).

Otro de los factores que ocupa un gran porcentaje en este semestre es el tema refuerzos, ya que los resultados deportivos obtenidos por el equipo no son los mejores, constantemente el diario aborda los posibles nombres que puedan llegar a reforzar el plantel del club de Calama con el objetivo de que logren salir de la parte baja de la tabla de posiciones del torneo.

Por último, en este semestre donde los resultados deportivos no se comienzan a dar para el equipo de Cobrelloa, los temas dirigenciales comienzan a tener un mayor porcentaje de cobertura para el diario analizado, de esta forma, los temas externos a lo que pasa en el campo de juego comienzan a tener cada vez más relevancia.

## 5.2 Análisis semestre 2022 (07 de febrero a 08 de julio)

**Figura 6**

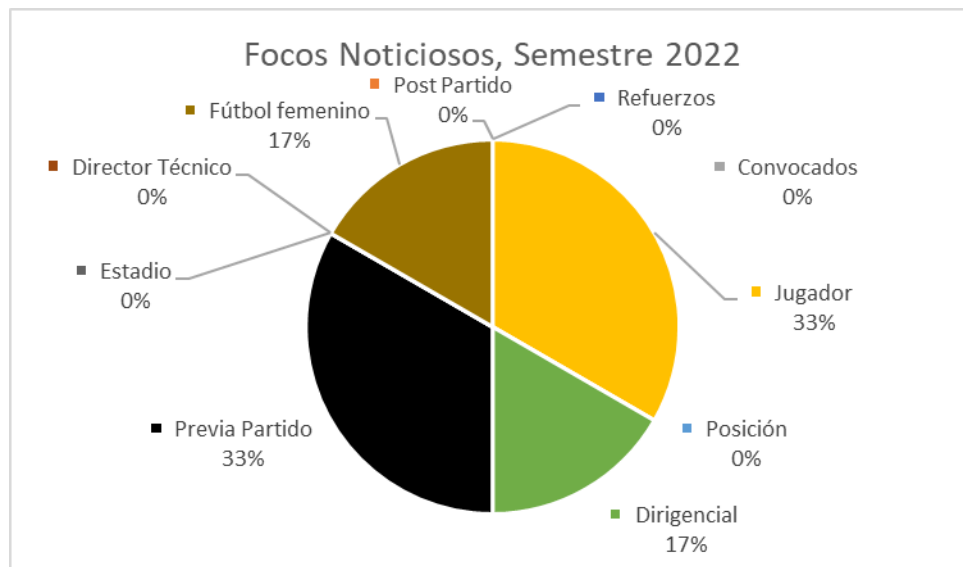
*Días de relevancia, Semestre 2022*



Este gráfico presenta los días que el diario La Tercera Digital publicó noticias acerca de Cobreloa en el semestre estudiado correspondiente al año 2022.

Ya en el semestre del año 2022, el gráfico demuestra lo poco que se escribió sobre Cobreloa en los meses estudiados. Solo seis días de un total de 151 jornadas analizadas se publicaron noticias acerca de Cobreloa.

Cabe recordar que en esta temporada Cobreloa se mantiene en la primera B del fútbol chileno. Bajo esta base, se puede demostrar lo poco que se cubre a la segunda categoría del balompié nacional, pues el diario La Tercera Digital centra sus noticias en los clubes de la primera división.

**Figura 7***Focos noticiosos, Semestre 2022*

Este gráfico tiene el objetivo de mostrar los diferentes focos noticiosos de las noticias que hablan de Cobreloa en el semestre del año 2022.

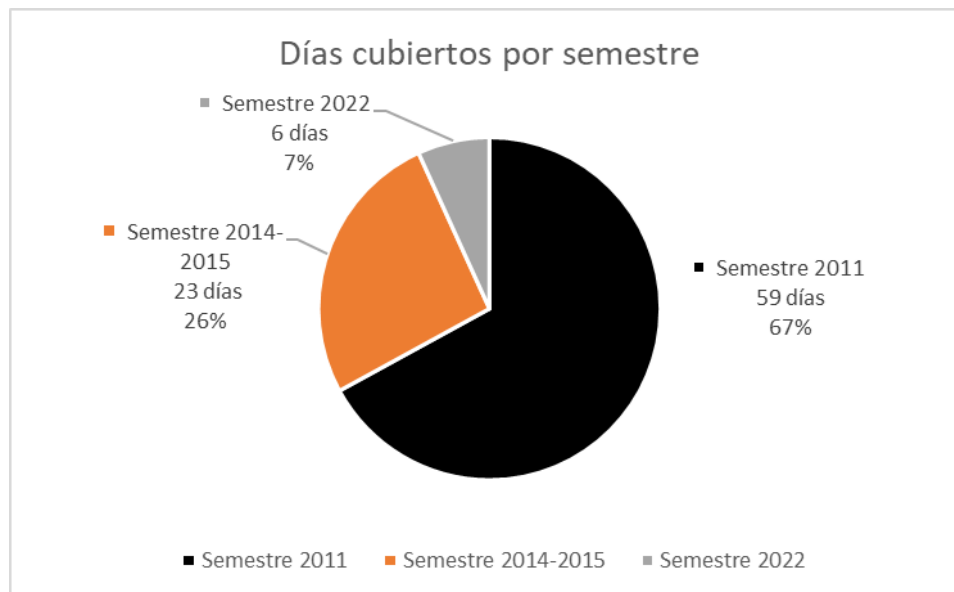
En relación a los focos noticiosos, en el gráfico se puede observar lo poco que se cubren los partidos del equipo de Cobreloa, pues a diferencia de los semestres anteriores, en este año no existe ninguna noticia que aborde el análisis de un partido jugado por equipo (post partido), ya que solo se aborda alguno sobre la previa de un compromiso. En la misma línea, las noticias referidas a un jugador en particular tienen mayor relevancia que los semestres anteriores.

Asimismo, durante lo estudiado del año 2022, se puede observar que ya se escribe sobre el fútbol femenino, foco noticioso que no fue cubierto durante ninguno de los semestres anteriores. Por otro lado, como Cobreloa se mantiene en la primera B del fútbol chileno, los temas dirigenciales y que son externos a lo que pasa en el campo de juego, siguen teniendo un gran porcentaje del total de noticias publicadas durante este año.

### 5.3 Comparación de los semestres analizados

**Figura 8**

*Días cubiertos por semestre*



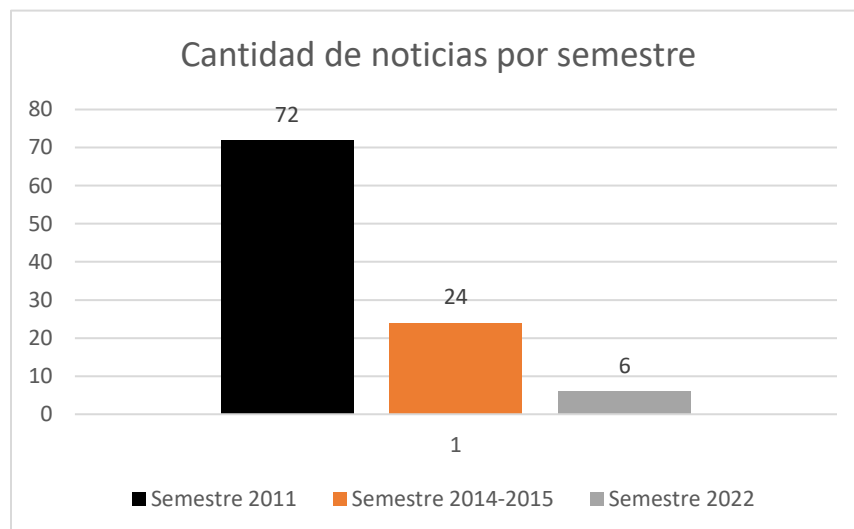
Este gráfico presenta la cantidad de días que el diario La Tercera Digital cubrió a Cobreloa, haciendo una comparación de los tres semestres analizados.

En este gráfico se puede observar claramente la diferencia en la cantidad de días cubiertos en cada uno de los semestres:

- El semestre del año 2011 (donde los resultados deportivos eran buenos para el club), tiene el 67% del total.
- Lo estudiado en el año 2014-2015 (temporada de descenso), tiene el 26% de lo analizado.
- El semestre 2022 (tras casi siete años en primera B), tiene apenas un 7% del total estudiado.

## Figura 9

### *Cantidad de noticias por semestre*



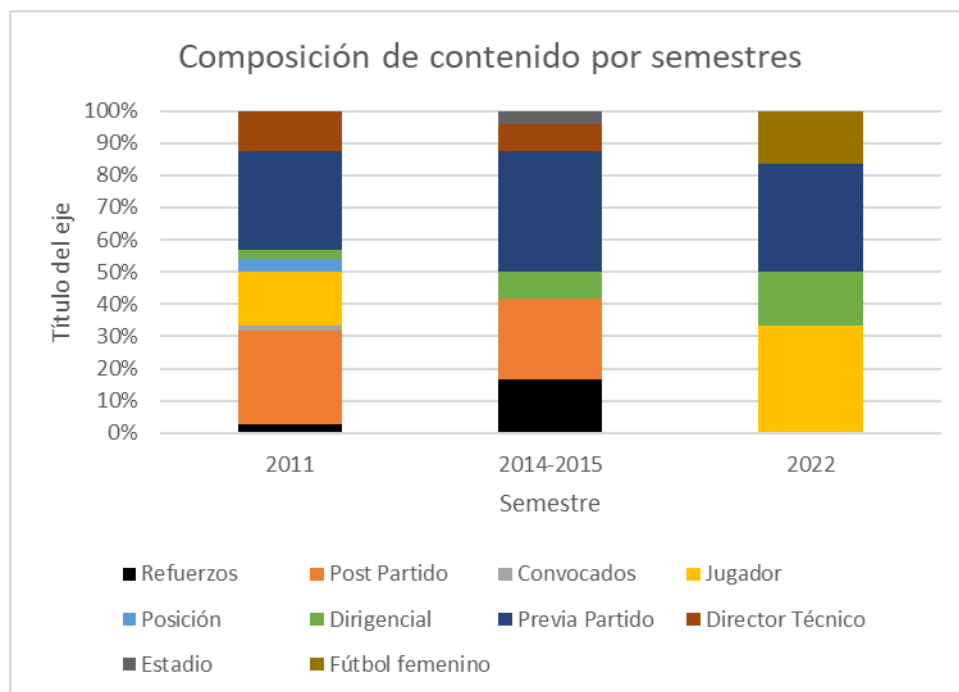
El anterior gráfico presentaba los días cubiertos y, este muestra la cantidad de noticias por semestre (recordemos que se puede escribir más de una noticia por día) haciendo la comparación respectiva.

Este gráfico que abarca la cantidad de noticias por semestre mantiene la misma tendencia que el anterior:

- En el semestre 2011 existieron una gran cantidad de días en los que se escribió más de una noticia acerca de Cobreloa.
- En el semestre de los años 2014-2015 solo en una oportunidad se publicaron dos noticias de Cobreloa en una misma jornada.
- Por último, en el semestre 2022 ninguno de los días con noticias tenía más de una publicación.

**Figura 10**

*Composición de contenido por semestres*



El siguiente gráfico compara los focos noticiosos que se abordaron en las noticias escritas acerca de Cobreloa en los tres semestres estudiados.

La comparación de los focos noticiosos también muestra una tendencia referida a los temas dirigenciales:

- En el semestre 2011 no se habla acerca de este ítem, pues casi la totalidad de noticias se centran en lo que ocurre dentro del campo de juego.
- En el semestre de los años 2014-2015 si bien se mantiene como mayoría lo relacionado a los partidos del equipo, los temas dirigenciales comienzan a tener mayor cobertura.
- Ya en el semestre 2022, los temas que escapan de lo que ocurre dentro de la cancha tienen una diferencia de cobertura significativa en relación a la cobertura que estos mismos temas tenían en semestres anteriores.

## 6 Conclusiones

Con una historia joven en cuanto a años, pero rica en cuanto a títulos, el equipo de Cobreloa logró ganarse un lugar de peso en el fútbol chileno. El club fundado en 1977 se transformó en el equipo más grande de regiones en el país y, es que de alguna forma la institución calameña era la encargada de sacar la cara por los equipos alejados de la capital.

Todo lo anterior, hizo que con el pasar de los años los loínos se ganaran un lugar en los medios de comunicación nacionales. Cobreloa estaba constantemente en la agenda temática de los diarios, radios y canales de televisión de Chile, los que le entregaban a los apodados “Zorros del desierto” una gran ubicación en el mercado de los medios, con una cobertura solamente comparable con la que se le daba a los principales clubes de Santiago (Colo Colo, Universidad de Chile y Universidad Católica).

Asimismo, en sus años de gloria Cobreloa lograba mover una gran cantidad de hinchas a nivel nacional, muchos de los cuales ni siquiera conocían Calama, ni menos sabían de la vinculación del equipo y el pueblo minero. A base títulos, el club loíno lograba ser un equipo de renombre a nivel nacional, situación que lo llevaba a ser conocido como el cuarto grande del fútbol chileno.

Ya en la primera década del siglo XXI, el equipo de Calama comenzaba a dejar atrás los años gloriosos de la institución. Los títulos nacionales del apertura y clausura 2003, además de la clausura del año 2004, parecían un buen comienzo de siglo para Cobreloa, sin embargo, este último sería el inicio de una época que mantiene sin títulos a este club, hasta la escritura de esta investigación.

De esta forma, el último gran logro del equipo de Calama fue en el campeonato del año 2011, en este, el plantel entonces dirigido por Nelson Acosta, lograría el subcampeonato del certamen, luego de perder la final frente a Universidad de Chile.

La transformación del club en Sociedad Anónima Deportiva, traería consigo varios movimientos al interior de la institución. Codelco, la empresa estatal y principal sostenedor del equipo, comenzaría a dejar de aportar económicamente a Cobrelota a partir del año 2014. Siendo el club una Sociedad Anónima con fines de lucro, no sería bien visto por la población del país que una empresa estatal aporte monetariamente.

Si bien lo deportivo venía a la baja hace ya un tiempo, este punto marcaría un antes y un después para una institución que se renovaba en lo dirigenal. Con la baja de los aportes de la empresa minera, el club no solo sufría en lo económico, sino que también perdía el elemento distintivo en relación con la competencia. Asimismo, cada vez la plantilla de Cobrelota perdía más peso, los jugadores que llegaban a defender el escudo ya no eran los mismos, situación que se evidenció en el desempeño visto en el campo de juego.

Ya en el año 2015, con los malos resultados deportivos, sumado a la mala inscripción de Alejandro Hisis, Cobrelota comenzaría a vivir un infierno institucional con el descenso a la Primera B del fútbol chileno.

En el presente 2022, el equipo de Calama se mantiene en la primera B del fútbol chileno en búsqueda del ansiado ascenso a la primera división. Actualmente, en los medios de comunicación poco y nada se habla de una institución que tantas alegrías trajo al fútbol chileno, una que incluso, ha estado al borde de la quiebra en el último tiempo.

Según el análisis que se llevo a cabo, en el año 2011 Cobreloa era dueño de un posicionamiento comunicacional que lo mantenía constantemente en la agenda temática del diario La Tercera Digital. El día a día de la institución loína, era en ese entonces constantemente cubierto por el medio de comunicación estudiado.

En este año, a medida que el equipo mejoraba su rendimiento deportivo en el torneo, más noticias se escribían acerca del club. La institución pasaba por un buen momento deportivo y, eso se notaba en el número de noticias que se escribía sobre ellos.

Asimismo, los temas dirigenciales y que escapan de lo que pasa dentro de la cancha, no eran abordados por el medio analizado, pues las noticias que se publicaban acerca de Cobreloa, hablaban casi únicamente de lo que ocurría al interior del campo de juego y no de lo que pasaba fuera de este.

El otro semestre analizado fue el de los años 2014-2015. Antes del inicio del torneo, durante la época de refuerzos, existieron una mayor cantidad de noticias publicadas sobre Cobreloa que las que hubo durante el desarrollo de este. En el campeonato, los resultados deportivos no acompañaron al equipo de Calama, mientras que la parte dirigencial estaba viviendo momentos de cambios en la institución.

Estos factores, provocaron una clara disminución en el posicionamiento comunicacional de Cobreloa en el diario La Tercera Digital. Lo anterior, se debe principalmente al deterioro del posicionamiento individual de la institución. La imagen que proyectaba el club hacia afuera tanto en lo deportivo como en lo dirigencial, era la de un equipo en problemas, uno que coqueteaba constantemente con el descenso al no lograr buenos resultados deportivos dentro de la cancha, mientras que en lo dirigencial, la institución carecía de un equilibrio directivo, hechos que

provocaron que Cobreloa comenzara a perder su lugar de prestigio en los principales medios de comunicación del país.

Por último, en el semestre que se estudió en el año 2022, se puede observar la poca cobertura que la prensa en general otorga a la categoría de la primera B del fútbol chileno. Durante este tiempo la cantidad de veces que se habló sobre Cobreloa fue mínima en relación a los otros semestres estudiados.

Los factores principales que explican esta baja son:

- En primer lugar, lo poco que se cubren los equipos de regiones. En Chile existe una diferencia muy marcada entre la cantidad de cobertura que se le entrega a los clubes de Santiago, con la entregada a quienes residen en las regiones del país. Si bien esta diferencia es reconocida por el medio, tiene una explicación bastante lógica al respecto, lo que hace pensar que es muy complejo que esto pueda cambiar en el corto plazo.

Los medios de comunicación centran su agenda temática en lo que la gente más consume, en Chile este ítem lo ocupan solo tres clubes del medio (Colo Colo, Universidad de Chile y Universidad Católica), los que se llevan gran parte de la atención pública. Asimismo, el resto de los equipos de la primera división, especialmente los de Santiago, son los que siguen en la agenda, dejando a los de la primera B totalmente de lado.

- En segundo lugar, se encuentra el elemento distintivo en relación a la competencia. Uno de los elementos que más destacaron a Cobreloa a lo largo de su historia, es la vinculación que el club mantenía con el pueblo minero y con la

ciudad de Calama, pues el apoyo constante de este tridente era vital para el desarrollo del equipo.

Desde el momento en que la institución pasa a ser Sociedad Anónima, esta relación comenzó a quebrarse, por un lado, Codelco no podría seguir aportando económicamente al ser una empresa estatal, por otro, la gente de Calama, quienes hasta ese entonces se sentían dueños de su equipo, veían como la llegada de unos empresarios le arrebataban el club de sus amores.

- En tercer lugar, se encuentra el momento de la institución. Con el pasar de los años, Cobreloa no solo no ha logrado volver a la primera división, sino que la crisis interna del club, lo llevó a estar muy cerca de descenso a la segunda categoría, además de que con la pésima administración, el paso de la pandemia y un pobre rendimiento deportivo, el equipo se sumergió en una crisis económica que lo tuvo al borde de la desaparición.

Para un mercado tan complejo como el de los medios de comunicación, un equipo que no lo pasa bien deportivamente y que cuenta con serios problemas internos en la institución, por más historia y logros que haya tenido en el pasado, es muy difícil que se le preste cobertura en un mercado que además tiene la característica de ser muy centralista.

Si bien la crisis de Cobreloa se mantiene, en el último tiempo la institución ha logrado cierto avance en lo relacionado al posicionamiento individual. En la parte del rendimiento deportivo, durante la temporada 2022 el equipo ha logrado mejorar pese a las precarias

condiciones en las que entrenan. Asimismo, la institución ha vuelto a trabajar con fuerza en las ramas menores, lo que es vital para el futuro del equipo de Calama.

Saliendo de la cancha, otro de los aspectos destacados que se pueden observar en el último tiempo, es la interacción que ha logrado el club con su hinchada a través de las redes sociales de Cobrelola. Mantener activas estas plataformas, reviven el sentido de pertenencia que tienen los hinchas con la institución. Esto también ayuda a captar socios que contribuirán en la parte económica del equipo.

En relación a la hipótesis de esta investigación, es factible señalar que esta se cumple parcialmente.

Si bien el posicionamiento comunicacional del club se ve considerablemente afectado por los resultados deportivos conseguidos por este, existe otro factor aparte de los nombrados en la hipótesis planteada que explica esta baja en el posicionamiento.

Este es el de la centralización de los medios de comunicación en Chile, tema que ya fue abordado anteriormente y que no solo pasa en el fútbol, sino que es un problema a nivel país.

Si bien el posicionamiento comunicacional del que era dueño Cobrelola en el diario La Tercera Digital, disminuyó drásticamente luego de su descenso en el año 2015, con el paso del tiempo el club ha vuelto a recuperar esa cercanía tan necesaria con su gente. La crisis económica, y la búsqueda de ayuda desesperada por parte de la institución, volvió a revivir ese sentido de pertenencia que alguna vez sintieron los hinchas con su club. El momento difícil, hizo que Cobrelola volviera a reencontrarse con sus raíces, lo que es el primer gran paso en búsqueda de su retorno a la primera división del fútbol chileno.

## 7 Bibliografía

ANFP. (2014). *Bases Campeonato Nacional Temporada 2014-2015 Apertura y Clausura*.

Santiago.

Carasila, M. C. (2007). *Importacia y Concepto del Posicionamiento*.

Club Deportes Cobreloa. (s.f.). *Club Deportes Cobreloa*. Obtenido de [www.cobreloa.cl/historia](http://www.cobreloa.cl/historia)

Cohen, B. (1963). *La prensa y la política exterior*.

González, C. (13 de Septiembre de 2021). Cobreloa toca fondo: la descomposición del cuarto grande del fútbol chileno que hoy es colista de la B. *La Tercera*.

León, P. (23 de febrero de 2019). Calama: otro territorio del norte olvidado por el Estado. *Diario U. Chile*.

Lerma, A. (2004). *Mercado-tecnia: el mercado y sus estrategias*.

Petrone, F. (2009). *Estudio de agenda setting: Conceptos, metodologías y bordajes posibles*.

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*.

## 8 Anexos

### 8.1 Anexo 1. Entrevistas

#### 8.1.1 *Ignacio Valenzuela*

E: Entrevistador

I: Ignacio Valenzuela

Contacto: Instagram nachovalensuela y Gmail ignaciovalenzuelam@gmail.com

E: Primero que nada, te voy a pedir que en lo posible te presentes Ignacio, para quienes no te conocen y más que nada para el respaldo de la entrevista.

I: Bueno, mi nombre es Ignacio Valenzuela, periodista de Canal 13, de TNT Sports, fanático del fútbol. Aquí aportando con la historia de un equipo con mucha tradición como Cobreloa.

E: Con harta trayectoria igual tú Ignacio, con varios Juegos Olímpicos, Copas Américas, Mundiales, o relatando sobre todo en la pantalla de Canal 13.

I: Sí, yo entré al canal, llevo 20 años en el 13 y he tenido la suerte de transmitir hartos viajes a copas américas, mundiales, dos olímpicos, panamericanos, he transmitido desde acá mundiales de atletismo, y eventos varios, la verdad es que me gusta mucho. Y en TNT hace 8 años, bueno CDF.

E: Sí, CDF después del cambio. Ignacio entrando un poco más en el tema, ¿cuánto pesa la historia de un club a la hora de decidir si reportearlo o no?, ¿se le da más énfasis en ese sentido?, por ejemplo, elegimos reportear a Colo Colo no solo por lo que es, si no por su historia.

I: Yo siento que todo, en mi mirada periodística, todo tiene una historia, soy de los que tienen esa idea, ósea este auto, la vereda, tú, yo, el edificio, todo tiene una historia. El tema es saber investigarla, saber contarla. Y en el caso del fútbol que es un fenómeno que tiene algunas particularidades, involucra comunas, involucra barrios, involucra pueblos, me parece que está muy bien pensado que siempre se indague en la historia de los equipos, siempre hay un origen, siempre hay alguien que puso la primera piedra, entonces independiente de la cantidad de hinchas, de los años que lleve, de los títulos que ha ganado el equipo de fútbol o del deporte que sea, creo que siempre pesa esa historia para poder entender el fenómeno, para poder entender por qué con el correr del tiempo se mantiene el apego, se mantiene el fanatismo, se mantiene la pasión, así que siento que unos más que otros, pero que naturalmente requiere una investigación, es siempre muy válida.

E: Dentro de un equipo de fútbol, ¿qué es lo que consideramos noticia?, ¿o depende del equipo?, porque en Colo Colo todo es noticia.

I: Si lo que pasa es que bueno, hay que mirarlo en la perspectiva de los tiempos, yo creo que el fútbol de hoy no es el fútbol que conocimos antes, tiene una mirada más empresarial casi ningún club como club, son todas sociedades anónimas, que funciona con un gerente, con gente que de repente no tiene idea de fútbol y funciona así. Y naturalmente en el caso que tú mencionas, bueno Colo Colo tiene una cuestión que es el equipo que más hinchas tiene en Chile, el equipo que más títulos tiene en Chile, un equipo capaz de unir al país, un equipo capaz de convocar en su estadio a personas de distintas partes de Chile, entonces el caso de Colo Colo que se transforma casi en leyenda por su fundador, por lo que le pasó a su fundador, porque es en Chile además el único equipo que ganó una Libertadores siempre va a generar noticia, siempre va a haber gente pendiente de Colo Colo.

E: ¿Consideras a Cobreloa un club grande dentro del país Ignacio?

I: Yo considero que es un club relativamente joven, del 77. Y es un equipo que en ese poco tiempo logró, haber, para mi Cobreloa fundamentalmente es el minero, tiene esa particularidad, Cobreloa nace en una ciudad, en una zona, en una región, una provincia en ese entonces, que está ligada fuertemente a la minería. El fútbol en esa zona es de larga tradición, existían a nivel amateur los campeonatos, los nacionales amateur, Chiquicamata era muy bravo, tenía su estadio en Chuqui, el Anaconda, que era una minera, que se llamaba así, y Calama también tenía lo suyo, entonces cuando nace Cobreloa como un club oficial, y además en tan poco tiempo logra conseguir tantos títulos, es dos veces seguidas finalista de una Copa Libertadores, tenía tanto recursos, yo naturalmente le doy el mote de un equipo grande, otra cosa es que ahora esté en otra categoría, que tenga menos recursos, ahora Codelco no aporta tanto como antes, pero Cobreloa, esto tiene que quedar súper claro, Cobreloa nace como un equipo muy muy grande, al alero de Codelco, con recursos infinitos, yo de buena fe sé que a Cobreloa le ofrecían el oro y el mono, o sea lo que quisieran lo tenían, porque tenían mucha plata, tenían mucho recurso, así nace Cobreloa.

E: Nombraste recientemente el tema de la categoría, ¿consideras que eso es un factor a la hora de la cantidad de publicaciones, de la cobertura que se le entrega al equipo?

I: Sin duda, porque la primera división en este caso en Chile y en las principales ligas, es la categoría de Elite, es la categoría donde hay más recursos, donde todo jugador quiere ir, yo creo que, si tú le preguntas a un jugador, quiere ir a la primera división en lugar de la segunda. Y bueno hasta el momento que descende era junto a Colo Colo el club que nunca había bajado de categoría, nunca había hecho el bajón. Entonces se sumaron además más cosas, los

tiempos que no es como antes, antes el fútbol, el recurso que aportaba Codelco, insisto, era millonario.

E: Ahora la administración igual tiene que ver, ¿o no?

I: Absolutamente, eran clubes que funcionaban como clubes, casi con mecenas y donde en particular el futbolista de Cobreloa tenía esa relación con el minero, Cobreloa nace así, es súper bueno también aclararlo, Cobreloa ponía los horarios de sus partidos para que el minero vaya, si ponía los partidos a esa hora era porque terminaba el turno y porque los mineros podían ir, porque era capaz de llenar el estadio, porque tú al trabajar en Codelco, tenías que aportar, te descontaban por planilla, busca en los años 80 la recaudaciones de Cobreloa, terminaban en no sé cuántos millones, ochocientos veintitrés mil doscientos quince pesos, y eso se explicaba porque era un cálculo que se hacía a la gente que trabajaba, a los mineros fundamentalmente, entonces una gran identificación, el nombre lo dice, es la identificación de la provincia y de lo que yo saco de la tierra que es el cobre, entonces el brillo que tenía en una categoría más alta, contrasta como hasta ahora que hay, es menor la vitrina y finalmente la apuesta deportiva es menor.

E: Saliendo un poco de Cobreloa y entrando en el fútbol chileno en general, ¿crees que la distancia es como un impedimento a la hora de reportear o de cubrir algunos clubes?

¿estamos en deuda con los clubes de región en relación a la cobertura que le entregamos?

I: Bueno Chile es un país muy centralizado, el medio en el que yo trabajo es ultra centralizado. Tú que vas a ser periodista te vas a dar cuenta que la mayoría de los recursos a nivel de telecomunicaciones desgraciadamente están acá. Y te lo digo yo que estudié en región entonces puedo dar fe de eso. Es una barrera, con el tiempo esto ha cambiado, o sea en los 80

los 90 era distinto, ahora está todo a la mano, está internet, está esto que tú lo buscas y encuentras todo, pero si, al momento de centrar la atención, es más, si tú miras la cantidad de equipos que hoy hay en Santiago en primera, o sea está peligrosamente creciendo, van quedando pocos equipos afuera, Antofagasta, Huachipato el equipo más al sur, en los 80 tenías a Valdivia, a Temuco. Es una distancia, es jodido, sale caro, además Chile por la forma que tiene...

E: ¿Y podemos hacer algo al respecto?, porque esto igual responde a lo que la industria vende, esto es un producto al fin y al cabo y por lo tanto lo que más vende, son los equipos de Santiago generalmente.

I: Sí probablemente, pero yo lo que no tiene que perderse es ese raigambre, esa identidad que hay con el equipo de tu barrio, los clubes fundamentalmente representaban a los barrios, a la comuna o a la ciudad, entonces era muy lindo ver a niños con las camisetas de Temuco, que se representaban con Temuco, y eso se mantiene pero hasta por ahí nomás, con la globalización que hay ahora, de repente ni siquiera tienes niños hinchas de equipos de Chile, tienes cabros que son fanáticos de Ronaldo, de Messi, de equipos de afuera. Es un ejercicio que yo creo que siempre van a renacer, pero que naturalmente por cómo están las cosas ahora cada día es más difícil de lograr.

E: ¿Podemos extrapolar esto a lo social?, en relación a la centralización que tenemos en el fútbol.

I: O sea yo creo que sí, Chile es un país que es centralizado, la mayor cantidad de equipos están acá, o más que mayor cantidad hay una concentración de muchos equipos, entonces se hace difícil pero yo lo que siempre he creído es que la persona que es de Chillán tiene una identidad tiene algo con su equipo, te lo digo también por cosas que he investigado, que he hecho yo, pero con el tiempo se ha ido perdiendo y ahí de pronto la responsabilidad es de los más grandes, transmitiéndole a los más niños, a las nuevas generaciones que eso funciona así, o sea yo crecí en esa onda que tú mirabas otras regiones y lograbas esa identificación...

E: Valparaíso – Wanderers I: Absolutamente.

### 8.1.2 *Pablo Flamm*

E: Entrevistador

P: Palo Flamm

Contacto: Instagram pabloflamm

E: Pablo Flamm, periodista deportivo. Primero que nada, para quienes no te conocen te quería pedir que te presentes, un poco de tu trayectoria, te hemos visto también en CDF, en radio, ahora en otro medio como DIRECTV, entonces que me puedas contar un poco de eso, y que de alguna forma te logres describir a ti.

P: Efectivamente llevo 3 años en DIRECTV Sports Chile, soy editor y conductor del programa “De fútbol se habla así”, bueno mi carrera comenzó en radio Portales de Valparaíso, radio Cooperativa de Valparaíso, Mercurio de Valparaíso. Después estuve en TVN, Zoom deportivo, radio nacional, Canal 13, CDF, radio Bío-Bío, esa es un poco mi carrera, mi trayectoria.

E: Por el reconocido programa “En el nombre del fútbol”, que me parece que es algo

importante para ti dentro de tu carrera porque fueron hartos años ahí.

P: O sea, todos los programas para mi han sido importantes, todos. En todo lo que me ha tocado participar, estar, por la gente con la que he trabajado, por la gente que me ha tocado conocer. Pero claro “En el nombre del fútbol”, de alguna forma tiene un espacio especial, lo hice durante 13 años, lo mismo que Código Camarín, lo hice durante 8 años en CDF, de hecho, es el lugar donde más tiempo he estado, estuve 16 años en CDF, pero si todos los programas en

los que me ha tocado participar o áreas deportivas o lugares de trabajo para mi tienen un recuerdo especial.

E: Con una vasta experiencia en el medio Pablo y ya entrando un poco más en materia,

¿Cuánto crees que pesa la historia de un club a la hora de elegir reportearlo o no?

P: ¿Si pesa la historia de un club?, es que, a ver, generalmente las elecciones de club al momento de reportear dependen mucho, o la gran mayoría depende un poco de la decisión de los editores de turno, no es que uno elija. En la época que a mi me tocaba reportear mucho me designaban, no sé, me decían a ti te toca hacer a Colo Colo, te toca la U, te toca Católica, o vamos a hacer esto, generalmente te designan, después ya con el tiempo tú vas proponiendo algunas opciones o situaciones, pero generalmente son designaciones de parte de los editores a cargo.

E: ¿Consideras que Cobreloa es un club grande del fútbol chileno Pablo?

P: Sí, totalmente, totalmente. Lo que pasa es que, a ver, hay que entender algunas situaciones que muchas veces están ligadas muchas veces a que Chile es un país centralista, claramente en los últimos 20 años, Colo Colo, Católica y la U, acaparan un gran porcentaje de los hinchas o de convocatoria. Pero yo soy de los que cree, que la historia o el peso de los clubes para llegar a llamarlos grandes, o ese denominativo de grandes, está muy relacionado con sus logros, y eso no tiene que ver con los años, o sea proporcionalmente Cobreloa es un equipo muy grande, por los títulos que tiene, su participación en Copa Libertadores, pero básicamente por la cantidad de títulos y porque Cobreloa logró también generar un fenómeno de adeptos, de hinchas, que no solo se arremeten a Calama, sino que hay hinchas de Cobreloa por todo Chile, es

un fenómeno, guardando proporciones es muy parecido a lo que pasa con Wanderers, Wanderers es un equipo claro muy identificado con Valparaíso pero que tiene también hinchas por todos lados, entonces me parece que la historia de Cobreloa que si bien es noble en relación a los denominados grandes o de mayor convocatoria, Cobreloa es de los equipos grandes, con peso y con historia en nuestro país.

E: Escapando un poco de lo que son Colo Colo, Universidad de Chile y Católica, ¿Crees Pablo que los medios en general estamos en deuda con los equipos de afuera, de regiones?, en relación a la cobertura que le entregamos en los diferentes programas de debate o que se habla de fútbol.

P: O sea, absolutamente, y no es de ahora, ha sido de toda la vida, por lo menos yo desde que ingresé al periodismo en el año 96, claramente acaparan un alto porcentaje los equipos de Santiago, en desmedro de los equipos de provincias, por motivos que claro, son súper discutibles, pero también al tiempo uno los va entendiendo. Los negocios relacionados con los medios de comunicación, me refiero a los negocios, el avisaje, la publicidad, lo que sostiene al final muchos de estos programas, están relacionados con los números de venta, los números de rating. Entonces cuando generalmente tu fuerte, tu visión más fuerte está concentrada básicamente en el interés de Santiago, claramente tú te desvías un poco, y pretendes a lo mejor hacer esto justo, porque ha habido intentos de hacer estas aperturas, muchas veces no tienen repercusión desde el punto de vista económica, que se entienda bien, de generar atracción. Y cuesta mucho abrir eso, cuesta mucho, porque al final de dicen, o sea a mi me ha tocado mucho tiempo recibir instrucciones, un día me toca entregar instrucciones, y uno va entendiendo también el negocio, entonces desde esa mirada es complejo, es muy complejo.

E: ¿Crees que se pueda hacer algo al respecto?, me parece que ya lo respondimos un poco porque claro, la industria al final la llevan en los consumidores, es un producto al final el que se vende, pero ¿crees que podríamos hacer algo al respecto?, quizá la misma formas que tenemos al momento de informar, o por ejemplo si juega Colo Colo – Huachipato, y gana Huachipato, en los medios generalmente no va a salir que ganó Huachipato, sino que perdió Colo Colo, entonces, ¿crees que a partir de eso podríamos hacer algo?

P: Siempre está la opción de entender que al final estos 3 equipos no juegan solos, o no están solos en una liga, sino que conviven con más equipos. Eso ya creo que define, y depende mucho la línea de la editorial o de lo editores de turno de cada medio, pero claro este fenómeno anterior generó también que muchos medios regionales y locales se interesaran también en generar ese producto, y hoy día también con el tema de todo lo que es a través de los sitios web, los portales, yo veo, miro y observo que se está dando también un poquito más de cobertura, claro generalmente está más relacionado con noticias negativas que con noticias positivas, por ejemplo, vende más el escándalo del alcalde de Antofagasta que no sé, ponerte que a lo mejor hay 2 o 3 jugadores que están en el primer equipo y que a mediano plazo pueden ser jugadores de exportación, por darte un ejemplo.

E: Claro, podemos quizás extrapolar esto y puede ser el fútbol una arista más de lo centralizado que es Chile, quizá esto nos muestra lo centralizados que somos como país,

¿crees que puedes extrapolar esto a las cosas sociales que nos pasan hoy en día con el olvido que hay en las regiones del país?

P: Por eso te digo, que el fútbol no está ajeno por que el fútbol está en medio de una idiosincrasia, por lo tanto responde claramente a un fenómeno social, psicológico- sociológico de

esa mirada, y obviamente que Chile claro, es un país centralista, lo ha sido siempre y creo que lo va a seguir siendo, cuesta mucho desarraigar una costumbre en Chile, yo sigo creyendo que en Chile seguimos siendo una sociedad altamente conservadora más allá de los discursos, y eso está directamente relacionado claramente con los medios, por lo menos a nivel deportivo y en general los medios, o sea las noticias de regiones desde el punto de vista de desarrollo, de investigación o de aspectos positivos prácticamente no hay, disturbio o policial, o escándalos o cosas negativas, entonces claramente responde un poco al tipo de sociedad que hemos sido no sé siempre.

E: Ahora entrando un poco más en la cancha, ¿qué te parece la campaña de Cobreloa que ha hecho en la B con una remontada? Ahora están ahí mano a mano con Magallanes que fue tremendo.

P: Sí, a ver, primero a mí me da pena a ver, que se entienda, creo que Cobreloa es un equipo de primera, entonces verlo en primera B cuesta, creo que también tuvo muy malas decisiones dirigenciales, situaciones muy desacertadas. Yo con los años que llevo viendo fútbol y que uno todos los días aprende algo, pero si uno va entendiendo cosas. La primera B es una división muy difícil que es muy distinta a la primera división. En primera división tú tienes un tiempo más para recibir, girar, para poder dominar el balón, en primera B no, se corre mucho más, tienes menos espacios. Muchas veces hay dirigencias que creen que armando planteles de primera en primera B el éxito está garantizado y está demostrado que no es así, por lo tanto, el proceso de Cobreloa me parece que lo logran redireccionar con la llegada de Emiliano Astorga, un técnico que tiene mucha experiencia en la B, que conoce absolutamente todos los vericuetos de la primera B, la logística, los viajes, los arbitrajes, los rivales, qué jugadores se adaptan porque a ver, estamos hablando de que cuando tu llegas a Cobreloa o a defender la camiseta de Cobreloa

no solo estás cumpliendo como profesional sino que también hay un plus extra por lo que significa la historia de Cobreloa. por lo que exige el hincha de Cobreloa, por lo tanto, hay jugadores que no se adaptan y pueden ser muy buenos jugadores y no es que no se adapten a la altitud, no se adaptan en la idiosincrasia, a la historia del club a lo que significa el club. Por eso yo siempre hago un poco el símil con Wanderers, Wanderers es otro equipo muy especial para jugar, y hay que entender la idiosincrasia del porteño, lo que la gente ha sufrido y un sin número de situaciones, entonces me parece que con la llegada de Emiliano Astorga, que es un técnico el cual merece todos mis respetos, un tipo muy conocedor, muy sencillo desde el mensaje, entendió claramente el potencial del plantel que tenía, como sacarle dividendos y como poder tener esta remeteda final que va a ser de infarto para tanto Cobreloa como Magallanes, pero que está ahí, o sea, una ventaja que en un momento parecía insalvable. Y es incierto claro, hay una ventaja para Magallanes, tiene un partido más al final, pero claro, muchas veces también el que ha hecho todo el esfuerzo durante digamos el campeonato de “tirar”, una analogía con el ciclismo, cuando tú tiras el pelotón, tú vas cortando el viento y todo el resto va más protegido, entonces Cobreloa remedió y remedió y se le pegó a la rueda, está en la rueda. Entonces a la primera falla de Magallanes, hay una falla también desde el punto de vista que puede existir por la presión, por la ansiedad, porque tienen un cuerpo técnico muy potencialmente interesante, pero que está siendo sus primeras armas, versus un cuerpo técnico como el de Emiliano Astorga que ya tiene varias batallas en el cuerpo, yo creo que esto lo van a definir los cuerpos técnicos.

E: En relación al descenso de Cobreloa, a la desaparición de los equipos de regiones, sobre todo en la primera división, porque actualmente el equipo más lejano que tenemos en la

primera división es Huachipato, ¿qué tanta culpa puede tener las dirigencias en este sentido, las sociedades anónimas que llegaron en su minuto?

P: Tienen un alto porcentaje porque, yo siento que la gran mayoría de las sociedades anónimas tienen gente que no entiende lo que es el fútbol, a ver, una cosa es que tú puedas planificar en una planilla, en un Excel en la temporada, es decir, voy a gastar tanto, estos van a ser mis ingresos, estos van a ser mis egresos, y en eso la gran mayoría son todas personas muy exitosas que manejan muy bien todo eso, pero el fútbol tiene demasiado imponderables que son sorpresivos, sorpresivos, o sea puedes tener un equipo que viene arrasando tuvo 2-3 malas jornadas y pierde un título, pueden estar jugando un partido horrible y te salió un zapatazo de 50 metros y ganaste el partido. Hay 20 mil cosas que pasan en una cancha de fútbol que no se pueden controlar, más allá que el técnico o el cuerpo técnico diseñe una estrategia, una planificación, hay 22 seres humanos tomando decisiones en milésimas de segundos entonces todos esos imponderables son imposibles de manejar a través de un computador son imposibles, a veces el fútbol tiene cierta lógica, tiene cierta lógica, no sé, la lógica que el puntero le gane al colista, de 10 partidos le va a ganar 9, puede que haya uno que le gane al colista y ese partido puede ser decisivo, entonces hay un sin número de situaciones tan difíciles de ponderar en el fútbol que para eso hay que vivir en el fútbol más que vivir del fútbol. Y en eso las sociedades anónimas yo creo que han pecado, la gran mayoría, no todas, porque hay algunas que han entendido esto, se necesita gente de experiencia, yo soy un convencido de que uno de los problemas que tenemos en Chile es que consideramos la experiencia algo obsoleto, y, al contrario, o sea las grandes culturas, las grandes sociedades, han demostrado que la vivencia y la experiencia de la gente mayor, la sabiduría, templanza las heridas, cicatrices, te enseñan. Entonces si tú te fijas al final la gran mayoría de las sociedades anónimas no tienen gente de

experiencia, no tienen gente relacionada con el club que tu digas, a ver, voy a poner un ejemplo muy extremo, supongamos, yo miro no sé, que Cobreloa tenga de gerente deportivo a Víctor Merello, y que en las divisiones menores trabaje no sé un Juan Covarrubias, Eduardo Fournier, un Hugo Tabilo, identificación inmediata, que tú mires y digas “ah es de Cobreloa, jugó en Cobreloa, la historia de Cobreloa”, a eso voy, y cuesta y eso le ha costado mucho entender a los dueños de las sociedades anónimas, mucho.

E: Sobre todo en equipos que tienen tan arraigado una ciudad, como es Cobreloa, y con el espíritu de la minería que allá se practica, que este alguien que sienta eso y que lo haya vivido en carne propia sería vital en este sentido, ¿Qué tan bien le hace al fútbol chileno, a Cobreloa, a Calama, el hecho de que Cobreloa pueda lograr ascender en este campeonato?

P: No, sería notable, notable, por todo lo que Cobreloa significa, porque es un equipo de primera, Cobreloa es un equipo de primera, más allá de que haya descendido, es un equipo que potencialmente siempre ha sido de primera, y que genera una expectativa, o sea, yo recuerdo los Cobreloa de los 80, de los 90 inicio de los 2000, que le disputaban palmo a palmo los torneos a los tres grandes, les competían con los mejores jugadores, entonces, poder recuperar a ese Cobreloa sería muy bueno para la actividad

### **8.1.3 Jorge Cubillos**

E: Entrevistador

J: Jorge Cubillos

Contacto: Whatsapp +56949269201

E: Para comenzar con las preguntas Jorge, dentro de un equipo de fútbol, tú que constantemente estas cubriendo a un equipo que en este caso es Católica ¿Qué es lo que se considera noticia? Sobre todo, en un equipo grande ¿O todo es noticia?

J: Hay muchas cosas que se consideran noticia, dependiendo de los momentos y las situaciones, básicamente si lo enmarcas en una previa de un partido, la posible formación, los lesionados, la importancia del partido, la importancia del partido que te da muchas veces la posición en la tabla, los objetivos a lograr, si cumplió. Católica, por ejemplo, en este caso mañana juega contra Colo Colo, claramente el tema va en que de lograr un triunfo podría escalar posiciones en el torneo, básicamente eso. Lo otro tiene que ver con el planteamiento táctico que muchas veces varía en función del rival, hoy día está plagado de temas periféricos, sobre todo el clásico de mañana por ejemplo, porque la noticia se focaliza, primero en la suspensión, segundo en el comportamiento de los hinchas, la decisión se suspenderlo por parte del gobierno, después la realización de los trabajos, paralelamente Católica dice a sus hinchas que no vayan al arengazo, eso te marca una diferencia y un foco noticioso también porque Colo Colo por un lado autoriza y Católica dice que no vayan, entonces todos esos elementos de seguridad y que tienen que ver con lo político también son parte de la noticia.

E: ¡Perfecto! Jorge en relación a lo mismo ¿Influyen los resultados deportivos en relación a la cantidad de noticias que ustedes hablen en relación a un equipo? Los resultados deportivos de este me refiero

J: Sí, claramente influye, influye por la trascendencia del equipo, mira que en el periodismo siempre si un favorito gana, tal vez no sea tan noticioso, está dentro de lo esperado, pero si el colista le gana al puntero y le amaga su posibilidad de ser campeón o entrar a una liguilla, claramente es noticia. El problema de todo esto, y ahí yo encuentro razón cuando muchas veces un hincha nos dice porque hablan de porque perdió el favorito y no se suscribe a elevar a la categoría de la noticia a porque ganó el que no era favorito.

E: Eso pasa mucho porque también importa la historia del club, a la hora de tomar las decisiones sobre de quién vamos a hablar. Generalmente, los medios nacionales se centran en las noticias de Colo Colo, la U y Católica ¿Qué piensas respecto a eso?

¿Estamos en deuda con los equipos de regiones o con los otros equipos de la Región Metropolitana?

J: Mira, si lo llevo a un plano de que significa que vamos a informar de manera igualitaria para todos los equipos, sí, claramente hay una deuda. Fíjate que nosotros en general al menos en uno de los programas, Pelota Parada por ejemplo, está dedicado a darle cabida a todos los equipos de provincia en general durante la semana, entonces vamos rotando eso, pero esto tiene una explicación bastante básica, y es que los editores y quienes rigen los medios en general se basan en estándares de medición de audiencia, y hoy día la medición de audiencia claramente te indica... hablemos en medición de audiencia, rating televisión, cantidad de auditores en radio, hoy día están los clics, visitas, tiempo de permanencia en una web, claramente te indica cuales

son los más consumidos y la pauta se arma en base a lo más consumido, o sea ¿Qué consume más la gente en tiempos de selección chilena? La selección, y en épocas normales de desarrollo normal de un torneo, es Colo Colo, la U y Católica, entonces si me vas a decir, si esto es injusto, sí claro, pero hay un índice que te norma un poco cuales son las temáticas que llevan la pauta de los medios.

E: Claro, de alguna forma igual está respaldado todo esto de la cobertura que se le entrega a los principales equipos ¿Consideras tú a Cobreloa un equipo grande dentro de Chile Jorge?

J: Sí, lo considero ¿Sabes por qué? Lo que más me llama la atención de Cobreloa es que tú vas a la ciudad que vayas, me a tocado verlo, me ha tocado constatarlo, siempre encuentras hinchas de Cobreloa, en todos lados. Eso tiene una explicación bastante simple, que en la historia y los logros que alcanzó Cobreloa sobre todo en los 80' con las finales de la libertadores, con la gravitación a nivel nacional y la cantidad de títulos. Pero bueno, lamentablemente después ya no volvió a ser el mismo en términos de logros deportivos, ha ido cayendo paulatinamente hasta caer en una división que a mi juicio no debería haber caído, y eso tiene varias explicaciones, tiene que ver con el proyecto deportivo, tiene que ver con que los mineros por ejemplo ya no fueron activo aporte como lo eran por política de la empresa y eso sustentaba también un poco la posibilidad de tener un mejor rendimiento en la conformación de los equipos, hay también una serie de elementos más institucionales que obviamente influyen también en esto para poder decir, sí, Cobreloa porque dejó de ser lo que era, lo bueno es que ahora tiene una gran oportunidad de volver a ascender.

E: Cobreloa entonces es un equipo grande a nivel nacional, es reconocido como tal ¿Crees que también afecto mucho a como los medios hablaban de Cobreloa el tema el

descenso y como se descendió? ¿Crees que afectó mucho a la imagen que daba Cobreloa a nivel nacional simplemente en relación a la cobertura que se le entregaba? Recordemos que también descienden por secretaría, entonces también hay todo un tema ahí dirigenal que influyó mucho en los loinos.

J: Si claramente, ahora, claramente todo eso influyó, pero el estar en una división de ascenso, te afecta indudablemente, más cuando se supone que hay ciertos equipos que por A B o C motivo bajan, Wnaders por ejemplo, y en su momento Cobreloa, entonces están llamados a ser protagonistas en la otra división, van a bajar, pero estarán un ratoy van a volver a subir. Lamentablemente a Cobreloa no le pasó eso, entonces por eso se va diluyendo un poco efecto opinión pública, y el efecto opinión pública tiene que ver con, captación de hinchas, con compras de camisetas, con varios factores que están dentro de lo que nutre a que un equipo mantenga su hinchada o la incremente.

E: Entonces claro, también hay una serie de factores que empiezan a jugar en relación a eso. Cobreloa ahora igual tiene grandes chances de ascender a la división de honor, también respaldado por el aporte que va a hacer Codelco, que, desde ya, va a volver a aportar a Cobreloa. ¿Qué piensas respecto a eso, a la división B del fútbol chileno? ¿Cómo ves la lucha entre Cobreloa y Magallanes? Magallanes que perdió una ventaja tremenda que tenía.

J: Si me decías en un momento que un equipo tiene 20 puntos de ventaja prácticamente sobre otro, con el segundo en su momento, en relación a lo que venía mostrando Magallanes estadísticamente, te decía que no tenía por donde, pero bueno, el fútbol a veces te va dando ciertos matices en términos de que sostienes una campaña en base a varios parámetros. Una es lo generoso que puede ser un plantel, dos mantener la ideade fútbol que desarrollas, 3 ser hábil en un cuerpo técnico para que no te busquen las formas de utilizar tu esquema que tanto éxito

te ha dado, le pasó a Magallanes, y la otra que ya es un poco menos comprobable es el miedo escénico que influye. Me parece también que la idea de Magallanes fue en un momento, sí, me llevo a Luis Jiménez, me llevo a Villanueva, jugadores de experiencia que te pueden dar, pero la B es un campeonato distinto a la primera, entonces por mucha jerarquía que tenga el futbolista de experiencia no necesariamente te aseguras el éxito porque se juega de otra manera.

E: Es un campeonato de gente más joven igual, de mucha proyección, equipos que corren más, más físico.

J: Sí, tiene que ver con eso y claro, las variables físicas también son interesantes, porque los partidos se trabajan de otra manera, y mira que Cobreloa tuvo la ventaja de llevarse un especialista, y especialistas no hay tantos, especialistas que logren sacar rendimiento y ahí vamos a discutir algo, porque dicen ya okey, Marcoleta y Astorga juegan de una manera, sí okey, pero una manera que a la larga, a la larga, porque no son los que te van a levantar un equipo en un dos por tres, no es el fútbol de Bielsa, no es el fútbol de Sampaoli, lo que siempre el chileno como que quedó con el estigma ese, entonces juegas de otra manera, pero aquí está demostrado que un torneo largo esos técnicos tienen la posibilidad de sacar buenos resultados y lo han hecho.

#### **8.1.4 Carla Santana**

E: Entrevistador

C: Carla

Contacto: Gmail carlasantanab@gmail.com

E: Carla Santana Bustamante, concejala actualmente de la municipalidad de San Miguel, periodista de profesión y con magister en comunicación en la Universidad de Santiago, siempre vinculada al trabajo social, me gustaría que nos cuentes un poco más de eso, lo que ha sido tu trayectoria en relación al trabajo a lo largo de los años.

C: ¿Desde el ámbito social o desde el ámbito deportivo?

E: Abordémoslo de los dos lados, me parece que los dos son súper interesantes.

C: Bueno, te voy a contar un poquito de mí. Yo soy Carla Santana Bustamante como bien dijiste, tengo 37 años, he trabajado en distintos lugares, por ejemplo, comencé haciendo mi práctica profesional en CHV, luego trabajé en la radio Usach, porque desde ahí estudié yo, como reportera, también trabajé en Vía X como en relaciones públicas, en Zona Latina en esa época, no sé si todavía están los mismos canales, pero sí, Vía X continúa y también trabajé en Terra.

E: ¿Y en relación a lo social?

C: En relación a lo social, estuve participando en un grupo que se llamaba “Un regalo más”, que era creado por una periodista, la cual tuvo una situación complicada con su hijo porque estuvo en rehabilitación por quemaduras, entonces ella decidió llevar regalos a ciertos hospitales, por ejemplo, el Exequiel González Cortés, el hospital del Salvador, y ahí participé algunas veces disfrazándome, llevando dulces, momentos de tranquilidad a niños que están en

situaciones muy complejas, por ejemplo, postración, dificultades neurológicas, o incluso abandono en hospitales. Eso fue un periodo corto, porque eso se realizaba siempre en los días del niño, en las navidades, hasta que ocurrió la pandemia y no se realizó más, no se pudo realizar más, y ya yo también estaba en otro camino.

E: Perfecto, Carla entrando un poquito más en el tema, tú que claro trabajaste en prensa, trabajaste también en algunas instituciones, ¿qué estrategia podría emplear una entidad, una institución, una empresa, para lograr un buen posicionamiento a nivel comunicacional?, en posicionamiento me refiero en relación a medios principalmente.

C: Lo importante es tener por ejemplo siempre definido lo que somos, nuestra orientación en cuanto a visión, misión, todo eso, y tener tanto a la interna como a la externa, una buena comunicación, una comunicación interna fuerte, tanto con los trabajadores, para que se sientan contentos de estar en este lugar trabajando, con desafíos, pero también esto mismo hace que por ejemplo, yo recuerdo cuando trabajaba en la universidad, en la Universidad Mayor, tener a voceros, profesores que pudieran entregar estos avances desde la institución o desde la empresa, hacia afuera, entonces desde mis estudios o vivencias, creo que hay que fortalecerse desde dentro para salir afuera, a lo que es la prensa externa, y el posicionamiento externo, tanto con medios o con la ciudadanía, en cuanto a vinculación con el medio.

E: Me parece que lo respondiste un poco con esta respuesta, pero una vez conseguido,

¿qué tan importante es mantener el posicionamiento?, mantenerlo bien desde dentro va a hacer que se mantenga desde afuera, ¿no?

C: Esa podría ser como mi idea, pero yo creo claramente también hay estrategias de marketing, que hacen que una empresa esté vigente en un medio, estrategias comunicacionales, de acuerdo a la naturaleza o a la particularidad de cada empresa, como se va vinculando también con su medio.

E: La pérdida de este posicionamiento, ¿puede derivar en una crisis interna dentro de la institución?, o ¿crees que van por caminos separados?

C: Podría ser, pero no lo tengo tan claro en realidad Esteban, no lo tengo tan claro, yo

creo que siempre hay que mantenerse, pero también... eh no, no lo tengo tan claro.

E: Carla y los medios digitales, ¿qué papel podrían jugar en este sentido?, en la actualidad sobre todo que todo es tan digital.

C: Los medios digitales sí, yo creo que ha habido como, y también lo enlace como política también ahora, lo enlace desde una mirada más sociológica, que igual de todas maneras los medios digitales y lo que no sucedió como pandemia, o el tema político actual, ha influido a que nos volquemos más a lo digital, como en este sentido nosotros estamos haciendo esta entrevista, ¿cierto?, Que nos volcamos a este sentido, entonces ha habido un cambio desde los niños, en cuanto a su relacionar con las personas, a sus relaciones interpersonales quiero decir, y desde los trabajos cierto, el teletrabajo. Entonces los medios digitales han sido muy importantes, tanto como para las personas, para informarse en lo rápido que van sucediendo las cosas, pero también para las empresas yo creo que son importantes porque hacen que todos nos comuniquemos fácilmente, que la mayoría tiene acceso a internet, acceso a redes sociales, entonces también lo vincularía a medios digitales, pero también añadiría el término redes

sociales, obviamente para las empresas es muy importante el tener quizá redes sociales, dependiendo también, de como decía en un comienzo, de la particularidad de la empresa, quizá una empresa de bujías no sé qué tan necesario sea tener redes, depende del público, el stakeholders, y yo creo que son importante los medios digitales a nivel sociológico, llegaron, claro no reemplazan el papel de todas maneras, aunque el papel vio una baja en su producción, y algunos medios han cerrado también, pero es importante también desde siempre el pluralismo que pueden entregar estos medios, ya sea también independientes, para que la ciudadanía se informe, pero también tiene ese riesgo de mucha información, de demasiada información que de repente cuesta filtrar y ver si esta información están, cómo se dice, bien investigadas, rigurosas.

E: Las famosas fake news en ese sentido.

C: Sí, tan pertinente para las personas, pero de todas maneras hay medios digitales muy posicionados, como Emol u otros, y que son de los medios tradicionales importantes, como una segunda manera de comunicarse, lo que hacen las noticias, lo que hacen los

canales, pero también para las empresas es importante porque crean vínculos y comunidad con sus clientes, por decirlo así.

E: Carla, ¿cómo describirías el posicionamiento dentro de una empresa o la comunicación externa de la misma?, si hubiera que buscarle como una descripción.

C: La definiría en cómo te presentas en cuanto a identidad corporativa, en cómo te presentas con tu público objetivo, en cómo vas mejorando esta comunicación, porque la comunicación en el fondo es entendida no como algo estático, sino como algo cambiante también, que se va adaptando a la cultura o al lugar donde estás inserto, entonces es muy importante relacionarse con tu público objetivo para saber lo que está sucediendo dentro del

trabajo diario que vas desarrollando como empresa, y también con los objetivos o misión que tú tienes, cómo vas comunicándolo a la gente que está afuera o que puede ser tu futuro usuario o cliente

Tahía English

E: Entrevistador

T: Tahía

Contacto: Whatsapp +56997791565

E: Tahía, periodista, consultora en comunicación estratégica con experiencia en coordinadora de prensa en el hospital clínico de la Universidad de Chile, jefa de prensa en Red Salud UC. Si me puedes contar un poco más de tu experiencia y lo que han sido estos años.

T: Llevo 21 años de carrera, tengo 43 años, partí muy chica antes de salir de la universidad. Yo estudié periodismo en la Diego Portales desde el 97' al 2002 y empecé a trabajar el 2001. La verdad que al principio cuando estaba en periodismo me di cuenta que tenía más talento para el diseño de estrategias comunicacionales que para temas de prensa. Veía que al menos el 60% de mi curso tenía más motivación de estar en la prensa más que estar como detrás de cámara. En mi generación hay varios colegas que son reconocidos en los medios, desde Eva Gómez hasta Gustavo Huerta y en el fondo todos somos amigos por 20 años y hemos sido colegas con carreras paralelas. Críticos de cine, de música.

Colaboré 11 años en Terra y me gustaba mucho más el periodismo escrito, pero la verdad que lo hice como colaboraciones porque no quise enfocar mi carrera en los medios, sin embargo, he trabajado mucho más con gente del medio porque me he ido especializando en las estas notas. Yo partí haciendo mi practica el 2002, bueno, tuve varias colaboraciones, mi primera experiencia que fue muy motivante fue en el encuentro de la vicaría de la solidaridad de jóvenes.

Como voluntaria en la sala de prensa y esto fue una súper buena experiencia en esa época lideraba el equipo Rodrigo Tupper, y si bien yo soy católica, hay uno veía un poco también la realidad de gente que estaba recién partiendo en medios, entonces fue como súper bonita la experiencia de 2 o 3 días en donde estuvimos durmiendo en la sala de prensa. Nosotros hacíamos una revista infantil que se entregaría a los colegios, me dio la posibilidad de hacer capacitación en comunicación a niños de quinto básico entonces sentí que la docencia era para mí y, también la comunicación desde el punto de vista de la difusión que me ha servido para para la edad en este mundo de la comunicación estratégica

E: Entrando un poquito más en materia ¿Qué estrategias podría emplear una institución para lograr un buen posicionamiento a nivel comunicacional?

T: bueno según mi experiencia, yo trabajé por 18 años en salud, antes de eso Ruth Tapia fue mi jefa en comunicaciones de la universidad. Yo trabajaba directamente con el rector Rivero. Creo que lo primero que uno tiene que generar para poder tener un diseño de estrategia que sea valorada por el público audiencia, es finalmente tener lazos de confianza y vínculo en donde se pueda hablar de cosas fáciles y cosas difíciles. En qué sentido, yo estuve menos de un año en la casa central, y allí veíamos todas las facultades pero en algún momento cuando se tocan temas como de políticas, las opiniones tratan de controversias, entonces uno intenta hacer contención pero cuando ya hay que salir a la cancha tengo una pelea más entre gallos.

Entonces, uno tiene que ver cuál es la experiencia de todo, cuál es el show que tiene con respecto al tema y lo más lo más rescatable es sacar lo mejor de todas. En el caso de salud, yo estuve 7 años la universidad de Chile, estuve 7 años más en la Red de Salud de la católica y 2 años en la facultad de medicina en la católica. Lo que yo hice fue empezar a diseñar el mensajero, instalar mensajes que eran repetitivos pero que estaban en sintonía con la agenda de los medios y empezar a leer qué es lo que los medios andaban buscando y, que eso conversará como apalancando la comunicación dirigida hacia el público objetivo.

Para nosotros era especial, entonces probablemente esa señora juanita que no tenía acceso a una clínica, nosotros lo que buscábamos era dar soluciones de salud como para esperar. El juego en salud es mucho más complejo, porque entran en juego los convenios preferenciales, la libre elección de Fonasa, la relación con el ministerio de salud. Los servicios de salud derivan pacientes muchas veces a los hospitales universitarios que tenían convenio con Fonasa. Yo siento que ahí viví y lo bueno y lo malo, con experiencia para yo enfrentar otros sectores como economía, actualmente estoy en el mercado inmobiliario, actualmente estoy en minería por las unidades de Antofagasta, medio ambiente y educación. Entonces, como que tú dices que toda la experiencia que viene de atrás va a servir para poder afrontar otros sectores

E: Perfecto Tahía. Una vez conseguido este posicionamiento de alguna institución en este caso alguna entidad ¿Qué tan importante mantenerlo y cómo se hace al respecto?

T: Lo más importante es crear reputación corporativa y, la reputación corporativa es conseguir la confianza de las personas que están captando el mensaje. La reputación, es el vínculo que se genera al momento de tener por ejemplo, un espacio de salud que hable de reportaje en donde se atiende a pacientes con ciertas características, entonces la audiencia es la señora que está en la casa mirando que sí se puede atender ahí y finalmente un médico que puede ser de una especialidad la puede atender. Tengo varios casos emblemáticos en la católica, porque nosotros fuimos el primer equipo de comunicaciones que metió una cámara a pabellón cuando se hacían los trasplantes. La verdad es que cuando yo partí en la Chile no había un equipo de comunicación en la clínica, nosotros somos el primer equipo de comunicación en un hospital había relacionadores públicos, había gente que se encargaba de prensa, pero eran derivados del ministerio, de los servicios de salud y, nosotros llevamos un equipo de ocho personas en el que teníamos audiovisual, teníamos gente digital para el sitio web. En la católica, llegamos a ser seis porque nosotros partimos en la católica de san Carlos de Apoquindo para posicionar la clínica con respecto a su competencia directa que en ese momento era la clínica alemana y posteriormente fue la clínica de los andes. La verdad es que cuando conseguimos el posicionamiento en la clínica, fue súper mala la experiencia porque era todo más pequeño, si bien era el mismo equipo que venía de marcoleta, había un tema de que los médicos de la católica siempre van a atender en la católica y los médicos de la Chile se van a atender a otras clínicas, entonces había cierta exclusividad.

Se nos pidió tener a cargo toda la red de salud de la católica y eso significa marcoleta, la Clínica san Carlos, hospital Sotero del río, hospital Josefina Martínez. En el Sotero del río, se deriva a los consultorios que están en puente alto y la Pintana, entonces nosotros abarcamos

todo. Teníamos el centro médico de San Joaquín y Alcántara, entonces la red era súper amplia y el público súper amplio también, pues entonces para para lograr cohesionar nos basamos en la herencia en la universidad. el rector, pasa a ser Ignacio Sánchez que era médico de la católica, entonces la verdad es que todo se fue fluyendo al para nosotros tener una cobertura mayor, pero trabajábamos igual 24 horas. Si había un trasplante a las 12 de la noche había alguien del equipo que estaba porque recibíamos las cámaras en la puerta de la urgencia. Tuvimos casos emblemáticos como el de Felipe Cruzat, no sé si te acuerdas que hace unos años atrás un niño que espero mucho tiempo un corazón, lamentablemente falleció, pero estuvo tres meses esperando y después se trasplantó su hermano, a esa familia prácticamente nosotros le tuvimos que ir a ayudar con el velorio al colegio sagrado corazones.

El 2009 entra en vigencia la ley de derechos y deberes del paciente. De ahí en adelante, para lograr grabar a un paciente tienes que pedirle un consentimiento informado, pero como como declaración jurada, entonces ya no es igual que antes que uno llega ahí y metía la cámara para guion, aunque sin grabar la cara el paciente, sino que ahora hay que pedir el consentimiento y casi ante notario entonces fue mucho más delicado el tema. Lo que hicimos fue empezar nosotros a entregar imágenes a los medios, nosotros teníamos súper claro cuál era el modo en que el periodista quería abordar el tema, siempre escuchando lo que el periodista quería porque no sacan nada con entregar información en donde muestra todos los libros de la historia si finalmente te dice lo que anda buscando es otra cosa. Entonces nosotros mostramos el modelo completo, como diríamos en jerga periodística el mono completo, era el médico tratante, el caso como testimonio con la historia de vida, más la imagen del tratamiento y cierre. Entonces

nosotros teníamos que ponernos todas las aristas para ver de qué manera el periodista juntaba una nota de 3 minutos.

E: Hablaste de lo amplio del público objetivo en relación a lo que hacían en católica porque lo tenía cubierto Sotero del río, pero también Las Condes. Entonces ¿Cómo abordaron eso? Es un público súper amplio, hay que llegar a muchas personas de diferente estrato social, de diferentes intereses y que necesitan diferentes cosas también.

T: Eso yo lo aprendí en esa experiencia, pero me ha servido para la vida y te lo doy como consejo. Cuando uno diseña una estrategia comunicacional para cualquier organización y piensa en un plan que sea acorde a la necesidad de la empresa, pero también de la institución pública o privada, también pensando en escuchar al cliente, la audiencia que es el público objetivo final, vamos a segmentar la comunicación aportando a cada público. Lo más importante son los relacionamientos, los contactos, yo siempre digo que es mejor tener amigos que plata. Yo creo que como te decía por ejemplo yo cuando partí haciendo la asesoría arriba en el mercado inmobiliario, yo no sabía nada en el sector, pero empecé a investigar y ver que colega estaba metido en el tema. Me di cuenta que no tan solo es hablar de construcción sino que puedes hablar desde arriendo hasta la morosidad, hasta los precios de los arriendos y al final y alguno tenía que hacer descansar en la ciudadanía que está escuchando.

### **8.1.5 Paulo Flores**

E: Entrevistador

P: Paulo Flores

Contacto: Instagram pauloflores\_gol

E: Paulo Flores ¿cómo estás? Mi nombre es Esteban Casanova Muñoz soy estudiante de 4to año de periodismo en la UAHC y en esta ocasión vengo a conversar contigo acerca de mi proyecto de tesis que habla acerca de Cobreloa. Para quienes no te conocen me gustaría que te presentaras un poquito, algo en relación a tu trayectoria, sobre todo lo dedicado a medios, en ese sentido.

P: Haber, mi nombre es Pablo Flores Reyes, llevo 38 años vinculado a la actividad, comencé en Curicó a los 13 años a relatar fútbol en 1984, relaté a Curico hasta el el año 89', terminé mi 4to medio y me vine a estudiar a Santiago locución profesional, que en ese tiempo eran casi cuatro años. Ahora locución es prácticamente un curso nada más, teníamos los mismos ramos que periodismo entonces salíamos preparados como locutores, casi periodistas y productores, que era locución y productor nuestro título. De ahí hasta el día de hoy trabajo en radio, comencé en radio Monumental, tuve la suerte de seguir al colo colo de 1991, hice le mundial de Italia 90' Estado Unidos 94' Francia 98'. Tengo 5 mundiales en mi cuerpo, y bueno una larga trayectoria en radio, estuve en radio Monumental, Radio Romanza, Radio La Clave, Cooperativa, Radio W, Radio Chilena, Radio Tiempo, Radio Infomega, Radio Universo, son 10 a 12 radios más o menos lo que he hecho en estos 38 años. En televisión estoy desde el año 1993 que hice Circulo Central, en elcual ahora estoy nuevamente, pero como editor periodístico, El circulo central lo hicimos en RTU que después pasó a ser Chilevisión, de ahí

me fui a La Red, estuve con Bonvalett en La Red, estuve nuevamente con circulo central y de ahí di el salto a relatar 4 años en canal 13, después estuve en megavisión, después 15 años en chilevisión y bueno ahora volví nuevamente a circulo central. En canales de cable 6 años en Fox Sport, 1 año en Espn, 2 años en TyC Sport y 4 años en Caracol. Hoy por hoy soy el productor periodístico de Red Gol, ahí llevo 2 años ya. Eso es mayormente lo que hago, además de ser coleccionista hace más de 40 años de camisetas e instrumentos deportivos, creador del museo de la camiseta

E: En Fox Sport Radio había una sección dedicada a las camisetas que tu llevabas.

P: El Flower Show y el Almanaque de Florete, eran dos espacios que tenía yo por más de 10 años,

E: Eso en cuanto a la trayectoria Pablo. Entrando un poquito más en materia, en relación a Cobreloa tú escribiste un libro de Cobreloa, Datos Naranjas. ¿Tú consideras a Cobreloa un club grande del fútbol chileno?

P: Por supuesto, es el 4to grande indiscutidamente del fútbol chileno, sin discusión, un club que es de provincia y que te llena el estadio nacional, te lo llenó muchas veces, esote da cuenta de que es un club absolutamente grande y sin menospreciar a Wanderers, a Fernandez Vial, a Ohiggins que a través de un auspiciador creó la famosa frase capo de provincia, pero Cobreloa aparte por los títulos, es el equipo que más títulos tiene en torneo nacionales de regiones y es además por lejos el equipo que más ha estado en copa libertadores después de Colo Colo Católica y Universidad de Chile, además con el agravante de 2 finales continentales, no hay discusión.

E: Por eso es considerado el 4to grande, si bien Santiago Wanderers es un club mucho más antiguo Cobreloa en su corta historia ha hecho varios hitos que llaman la atención en el fútbol chileno. ¿Cómo ves el momento actual de Cobreloa, pese a que en este torneo va bien, tiene grandes posibilidades de ascender, pero en relación a lo que sucedió el 2015, que haya estado 7 años en la B?

P: ¡Es trágico! Es trágico absolutamente, Totalmente trágico porque fue una conjunción de temas de una mala dirigencia el año 2015 que nos llevó a perder la categoría, mala elección de técnico, mala elección del plantel, porque es por lejos el Cobreloa más malo en la historia, en primera división por lo menos y yo creo que Marco Antonio Figueroa hizo hecho un milagro al meterlos con 22 ó 23 puntos casi en torneos continentales con un equipo que te insisto, realmente era malo, malo el equipo. Y te digo mal elegido los jugadores, los técnicos, Fernando Vergara llegó en mal momento, habían jugadores que no merecían tener la camiseta naranja, habían mucho manejos de empresarios por los dirigentes, y una mala dirigencia también po' si ese es el tema, entonces incluso se trató de vender a un grupo mexicano, entonces todo eso hacía que se fuera perdiendo la identidad del club, a muchos les convenía que Cobreloa bajara para que bajara también su valor y poderlo comprar en una miseria de dinero, entonces todo eso nos pasó la cuenta hasta el día de hoy que la situación económica del club es malísima, cuando en la vida se había dado que Cobreloa iba a tener que salir a las calles a hacer rifas, completadas, para juntar medios para pagarle a su gente, entonces es complicado el tema, dirigiencialmente son años muy malos los que ha pasado Cobreloa, y futbolísticamente después de la pésima campaña que casi nos lleva a la segunda división profesional, se ha contratado un técnico serio como Emiliano Astorga, no estoy diciendo que los anteriores técnicos no fueran serios, pero un técnico serio en cuanto a que tú sabes a lo que juega Emiliano Astorga, y tú sabes que no es un

juego vistoso, pero es un juego contundente, y por eso hoy por hoy es la mejor campaña histórica de Cobreloa por lo menos en el ascenso.

E: Sobre todo destacando una campaña en la que hace un par de meses atrás veíamos a Magallanes muy cómodo arriba y actualmente Cobreloa está ahí, a la caza de Magallanes y con chances de alcanzarlo en la recta final del torneo.

P: Bueno, si hoy se le gana a San Felipe, Cobreloa es puntero, y yo creo que va a ganar. Llegaron a ser 19 puntos de ventaja, imagínate.

E: En el aspecto comunicacional ¿Cuánto crees que influye el hecho de que no se transmitan todos los partidos de la B, sobre todo, porque claro, actualmente se transmiten la mayoría de los partidos de Cobreloa porque está arriba, pero esto influye en que por ejemplo Cobreloa pierda peso en el diario de los chilenos?

P: Es que haber, Cobreloa tiene un piso que lamentablemente se ensucio por el tema de descender a la primera B, el tema histórico jamás se va a borrar, la historia jamás se va a borrar, el tema es que al estar en la B te dicen algunos que es un Cobreloa que fue grande. ¡Claro! Totalmente de acuerdo, Cobreloa que fue grande, que fue portentoso, que fue glorioso, que les quitaba a los grandes jugadores a equipos de Santiago, que le compitió palmo a palmo a Colo Colo. Es más, si tú le preguntas a los colocolinos el verdadero clásico futbolístico es con Cobreloa, hay solo 2 partidos de diferencia y porque además se han jugado muchos más partidos en Santiago que en Calama, entonces todo ese tipo de cosas también influyen en momentos determinados. Pero, claro, no transmitirse todos los compromisos por supuesto que te pasa la cuenta, ahora, al verdadero hincha de Cobreloa, tú te das cuenta, Cobreloa llena estadios en la primera B. Cobreloa tiene pegado donde juegue entre mil y 2 mil hinchas, muchas veces más que

la parcialidad local. Entonces por eso te digo que Cobreloa es grande. Cuando la unión española estaba segunda ¿Tú crees que la Unión llevaba 2 mil hinchas? No po'. En provincia el único equipo que le puede hacerla collera a Cobreloa en llevar hinchas a todas partes es Wanderers. Cobreloa en ese sentido, yo estuve en un partido con Santiago Morning por la Copa Chile, habían 2 mil hinchas en La Pintana, el La Cisterna cuando se le ganó a Palestino lo mismo, Cobreloa era el local.

E: En ese aspecto ¿Hay que hacer una crítica a los medios por la poca cobertura que se le entrega a los equipos de regiones? Crees que en ese sentido al menos ¿Los equipos de regiones están en desventaja en relación a los de Santiago?

P: Si obvio, si lo que vende que es Colo Colo, la U y Católica es lo que se habla generalmente, y de repente la Unión, algo que puedan decir o alguna buena campaña de Palestino, Audax Italiano, pero siempre regiones viene después. Por eso se hecha tanto de menos Cobreloa, si cuando tú dices oye volvió Wanderers, si pero Wanderers uno cada 15 año te va a pelear un título, esa es la media, Cobreloa no po' Cobreloa estando en primera pelearon campeonatos. Te voy a dar una cifra, desde el año 1978 hasta el año 1991, 13 años 14 temporadas Cobreloa estuvo arriba de los 3 mejores equipos. El año 91' fue sexto, pero igual clasificó a una liguilla. Siempre Cobreloa ha estado entre los 4 primeros, siempre Cobreloa ha peleado, ha participado en 13 copas libertadores en 3 copas sudamericanas 2 copas Conmebol, 18 campeonatos ha participado en nivel internacional, entonces ese tipo de cosas no se pueden borrar con el codo, por eso te digo que es el cuarto grande por lejos del fútbol chileno.

E: ¿Sientes que esa brecha que hay con los equipos de Santiago se puede solucionar de alguna manera Pablo? ¿Hay algo que podamos hacer en relación a preocuparnos más de los otros equipos?

P: Hoy es difícil, porque yo te insisto, también los equipos de regiones tienen que mostrar más de lo que muestran para que así los medios de comunicación. Bueno, evidentemente la agenda deportiva está sobre 2 equipos en la B, Cobreloa y Magallanes, por supuesto que va a haber cobertura, si Cobreloa sube, evidentemente va a estar presentes en todos lados, lo van a saludar de todas las partes del continente porque Cobreloa, Colo Colo católica son los equipos chilenos conocidos. Tú en Brasil el equipo chileno más popular es Cobreloa, en Uruguay el equipo más popular de Chile es Cobreloa y ¿Por qué? Porque le ganó en una semana a los dos más grandes equipos uruguayos en la copa libertadores, Nacional y Peñarol, en 5 días les ganó a los 2 y eso no lo borran los uruguayos, en Brasil lo mismo, Cobreloa disputó la final de la copa libertadores con el equipo más popular de Brasil, donde hoy juegan Pulgar y Vidal, me refiero al Flamengo, entonces como te van a olvidar, no te pueden olvidar. A eso apunto.

E: Económicamente ¿Cobreloa tiene alguna solución? Por ejemplo, ahora volvió a aportar Codelco, lo que es importante igual para las arcas del club.

P: Los aportes vienen quitándose hace mucho tiempo, el aporte cuando Cobreloa pasó a ser Cobreloa Sociedad Anónima Deportiva el 2006 2007, comenzaron los problemas con las deudas, Servicio de Impuestos Internos que es una deuda histórica. Cobreloa en ese sentido es muy bueno que vuelva a aportar Codelco. Codelco siempre ha aportado, pero por debajo de la mesa, recuerda que no puede llegar y aportar a una Sociedad Anónima, tendría que hacerlo a todas, entonces ahora, este supuesto convenio adquisitivo donde Cobreloa no es que este recibiendo de Codelco ahora, sino que Cobreloa si sube a la división de honor por supuesto que va a recibir el apoyo de Codelco, y no sé si el apoyo directo, sino que puede ser de sus trabajadores y no de forma directa, no así como Codelco se pone con tanto, no, sino que los trabajadores de Codelco, el sindicato tanto pueden ir y aportar a Cobreloa, antes no, antes había

una norma ante la ley, que si tú trabajabas en Codelco, tanta parte de tu sueldo iba para el club, ahora no. Entonces eso ya no se puede hacer, por el tema que yo te decía, por ser una Sociedad Anónima Deportiva y por Codelco ser una empresa estatal. ¿Es bueno que aporte? Por supuesto que es bueno que aporte, porque si Cobreloa sube, tengo toda la fe que este año va a subir, y que Cobreloa va a ser potente otra vez en primera división.

E: ¿Qué piensas de las Sociedades Anónimas Pablo?

P: Buenas y malas, pero bien administradas por supuesto que te tiene que ir bien, a católica le va bien, con los problemas que sea, se está hablando el tema de que Cruzados puede ir a la huelga, los trabajadores de Cruzados, y tu puedes decir pero como de una entidad tan exitosa, bueno, pasa en todas las empresas del mundo que están asociado a un sindicato, entonces, por un lado es bueno y por un lado es malo, dependiendo de la gente que esté administrando, ese es el tema de una sociedad anónima, entonces es como el tema de las fundaciones también, uno siempre dice uy, una fundación porque tiene tantas lucas, debe ser porque está bien administrada por gente que sabe realmente el negocio, muchas veces se mete gente de sociedad anónima deportiva que no cacha nada de fútbol, sino pregúntele a Michael Clark en la Universidad de Chile, al señor Vial en Colo Colo ¿Qué saben de fútbol? Que la pelota es redonda o es cuadrada, pero es un tema para ganar lucas para ganar prestigio, oye dicen “yo soy el dueño de Colo Colo” “yo soy el dueño de la Universidad de Chile” y eso te da prestigio, pero el prestigio se te acaba mientras tu equipo está peleando el descenso o peleo el descenso, y tiene problemas económicos, entonces es una por otra, por eso es bien y mal dependiendo mucho de la gente que este al mando de una sociedad anónima.

E: Que es lo que le ha pasado a los dos principales equipos en el último tiempo, tanto Colo Colo como la Universidad de Chile.

P: Sipo, así es.

E: Pablo, saliendo un poco más de Cobreloa, en relación a la cobertura que les entregan los medios a los clubes de regiones, ¿Qué te parece la campaña que ha hecho Ñublense?

P: buenísima, buenísima porque tienen un entrenador, una tiene calle, tiene potrero, y el tipo es jugado y es simple, super simple, yo de repente cuando lo veo dirigir me recuerda mucho a como dirigía Claudio Borghi a Colo Colo por ejemplo, 2-3 instrucciones y vamos por este sector, y vamos, muy querendón con los jugadores, mucho dialogo con los jóvenes, mucha psicología, y psicología barata en el sentido que su par de “chuchaitas” de repente por ahí también, nunca es malo, para calmar las pasiones, es necesario, entonces tiene un trato muy paternal, por eso te digo muy parecido a lo que era el bichi Borghi en el Colo Colo 2006. Me parece extraordinario lo que ha hecho Jaime, lo felicito, lo conozco personalmente hace muchos años, no es que seamos amigos, pero si somos bastante conocidos y es un tipo muy afable y me alegro mucho. Y la campaña de Ñublense ha sido muy buena, como la campaña de Curicó Unido, por ejemplo.

E: Claro, y que se mantuvo, se mantuvo, estamos a portas de terminar el campeonato y se mantuvo...

P: Por eso, o Ñublense o Curicó van a acompañar a Colo Colo en la copa libertadores, y mira yo conozco de cerca la campaña de Curicó porque a Damián Muñoz lo conozco de cabro chico, Damián es hijo de Mario Muñoz, uno de los que salvo a la institución de la desaparición, con eso te digo todo, de esos que salían a hacer completadas, que hacían rifas, que hacían bingos, para salvar al club, así de simple, entonces, se apostó por alguien de la casa, lo ha hecho bien,

es la mejor ubicación histórica de Curicó en la primera división, imagínate que estuvo cuatro fechas primero en un momento determinado, ahora hace largo rato que está segundo, y está lejos de Colo Colo, estamos más que claros, pero lo que ha hecho Damián Muñoz ha sido extraordinario y Curicó si no es copa libertadores va a asegurar por primera vez en su historia un torneo continental con la Copa Sudamericana, o sea mis raíces son de allá, yo soy curicano, amigos me dicen “imagínate hueón jugando Curicó con River, los dos con la misma camiseta, o Curicó Flamengo hueón me dicen en la Granja, cuando se había visto, entonces por eso te digo que son temas bonitos y felicito, esos dos equipos de regiones lo están haciendo muy bien, y eso es valorable porque no son los mismos presupuestos que los equipos de Santiago.

E: Es bueno para el fútbol chileno en general. P: ¡Excelente!

### **8.1.6 Hugo Marambio**

E: Entrevistador

H: Hugo

Contacto: Whatsapp +56992172874

E: Hugo marambio primero que nada que te presentes un poco para quienes te conocen yo estuve averiguando un poco, periodista, residente también en la ciudad de Calama, trabajas para el medio En La Línea en dicha ciudad. Que nos cuentes un poquito acerca de ti sobre todo lo de tu trayectoria en el mundo del periodismo.

H: Yo me inicié en la radio minería de Arica, cuando yo era estudiante de primer año de periodismo estoy hablando del año 92', me hicieron ofrecimientos de otros lados pero permanecí ahí. Bueno, me vine a Calama, termine mi estudio, hice la practica en el diario La Estrella del Loa, de ahí me surgió una posibilidad en radio. Después ya titulado tuve la oportunidad de trabajar en El Mercurio de Calama, también siempre más ligado al tema deportivo, de ahí se me abrió una puerta para entrar al mundo minero,entre a trabajar a una empresa minera pero nunca deje de estar en la radio haciendo periodismo deportivo. Estando igual trabajando, apenas tenía la posibilidad de ir a la radio iba a los partidos de Cobreloa, ese era mi ligación, nunca perdí ese nexo con la radio. El programa En La Línea, el programa que yo dirijo, cumplió este año 19 años de existencia, un proyecto que iniciamos con algunos amigos, algunos colegas y, en el tiempo se ha ido convirtiendo, no voy a decir el programa más escuchado porque no hay una forma de medirlo, pero sí puedo decir con tranquilidad que uno de los programas deportivos más escuchado no solamente acá en Calama, Chuquicamata, sino que dada la tecnología, hoy permite llegar a mucha gente en Chile e incluso al resto del mundo.

E: En lo que has podido recabar a lo largo de tu trayectoria ¿Consideras a Cobreloa un club grande dentro de Chile? ¿Por qué?

H: No lo considero, Cobreloa es un club grande. Más allá de que cada cierto tiempo aparecen encuestas y cosas por el estilo, que no comparto. A ver, y yo creo que aquí te voy a responder, Cobreloa cuando nace, nace como un yogurt, con fecha de vencimiento.

Cobreloa nace grande inmediatamente, fíjate que en el primer año que nace, la primera temporada Cobreloa asciende automáticamente a la primera división el año 78'. El segundo año de existencia Cobreloa sale segundo detrás de palestino, ese palestino dónde estaba Figueroa, Fuentes, entre otros. El tercer año de vida vuelve a ser segundo tras Colo Colo 79', imagínate que en cuatro años Cobreloa logra su primer título, el 80' logra su primer título, el 81' estaba jugando su primera final de copa libertadores de América, estamos hablando de 5 años de haberse fundado el club, el 82' vuelve a jugar una nueva final de copa libertadores de América en forma consecutiva y además es campeón de ese tiempo. En 5 años Cobreloa ya tenía dos títulos nacionales, tenía un ascenso, tenía dos segundos lugares y ojo te estoy hablando de los inicios, si tú te das cuenta tiene ocho títulos nacionales, tiene una Copa Chile, quién discute, ni merece discusión, porque es un equipo grande, de la ciudad grande y sigue siendo grande más allá la categoría en la que está.

E: ¿Es importante Cobreloa para la visibilidad de Calama? sobre todo en un país tan centralizado como Chile.

H: bueno, Cobreloa es el gran embajador que tiene Calama , tiene Chuquicamata, tiene la Provincia del Loa, porque Cobreloa representa no solamente a Calama y Chuquicamata representa a la Provincia del Loa, entonces es el gran embajador que tiene. Cuando nació Cobreloa nace con 2 fines en realidad, nace con un fin político porque aquí los sindicatos de la época, bueno hasta hace un tiempo ahora no lo es tanto, pero hasta hace un tiempo tenía un poder muy fuerte de los sindicatos de la minería oficialmente de Codelco, entonces había que buscarle una entretención a los trabajadores, a sus familias. Ese e un punto de vista político y el otro punto de vista es la entretención, entiende tú que aquí en Calama, bueno ahora hay más variedades, pero acá en Calama la única entretención que tenía la gente de esto era ir al río loa el fin de semana, en ese entonces no estaban las condiciones de hoy día. Hoy, casi todo el mundo tiene un vehículo, puede ir en auto a Iquique, a la costa hoy hay cines y hay otras alternativas para divertirse, en ese entonces la gran diversión era Cobreloa. Entonces Cobreloa tiene un rol social además, cumple un rol social aparte de lo deportivo claro, pues Cobreloa es el equipo que empieza a salir al frente por decirlo de alguna manera de los grandes de la capital, el mismo Colo Colo que estuvo 23 años sin ganar en Calama, a la Universidad de Chile que siempre la venció allá y acá y el único que le hacía un poco más de collera era la Universidad Católica, especialmente acá en Calama. En Santiago hay una tremenda barra de Cobreloa, en la zona central, en la zona sur, reitero, hay gente que no conoce Calama, nunca ha pisado Calama, pero es un hincha acérrimo de Cobreloa

E: En relación a lo actual ¿Qué piensas del momento que vive ahora la institución en lo económico principalmente?

H: Hay que marcar un antes y un después, Cobreloa como te contaba nació... Yo lo digo así, por lo menos son mis palabras, yo digo que el papá de Cobreloa es Codelco y la mamá de Cobreloa es toda la comunidad de Calama y de la provincia. Entonces, por mandato, te vuelvo a insistir, por mandato de en ese entonces el gobierno militar, pero no solamente en el caso de Cobreloa, sino en el caso de Cobresal, Iquique y Arica eran las ciudades que te estoy nombrando en esa época nacen casi todos los clubes. Entonces por mandato se le asigna a Codelco toda la responsabilidad de apoyar con todos los recursos que estuvieran a su alcance a Cobreloa, es así que hace más o menos cinco años atrás, Codelco aportaba tremendo billete por decirlo de alguna manera a Cobreloa, estamos hablando millones de dólares si ya en el 80' era una muy buena cantidad de plata que duró por mucho tiempo.

Cobreloa era un club de lujo y eso no son palabras mías, imagínate que aquí estuvo el mejor arquero de la década del 70' decían dónde estuviste es un club de lujo, porque se hizo a imagen y semejanza de la selección chilena, porque dentro de las personas que asesoraron la fundación de Cobreloa, estuvo Fernando Riera, el mismo técnico de la selección chilena. Hicieron una condición que Cobreloa tenía que pagarles la estadía y los pasajes aéreos a todas las delegaciones, eso duró más o menos hasta el año 80' más o menos. Hasta que llegó un momento en que como digo esto hace cinco años atrás en que Codelco dado su nueva política dice que ya nosotros no podemos seguir aportando a Cobreloa, además que intervino Colo Colo,

intervinieron otros clubes que en el fondo echaron al agua por decirlo de alguna manera, porque Cobreloa tiene que recibir recursos de todos los chilenos del estado. Además que aquí los dirigentes y hay que decirlo con toda responsabilidad, malgastaron esos, no hay más aportes de Codelco y Cobreloa se tuvo que rascarla la uña por sí solo, ya no fue el mismo Cobreloa, ya no llegaron los jugadores que llegaban antes, Cobreloa tuvo que salir a golpear puerta, a buscar a un piso para para sobrevivir y es así que desde entonces en Cobreloa ya no se pagan los mismos sueldos que se pagaban antes, ya no llegan los jugadores que llegaban antaño. No se dan esos lujos que se daban antaño y de hecho este año Cobreloa en lo económico, en algún momento llegó a proyectar una deuda anual de cerca de 1.000 millones de pesos cosa que antes no sucedía y, todo eso es porque se abre la puerta a un montón de gente, algunos que obviamente llegaron a aportar el club, de poder administrar los recursos que tenían en Cobreloa.

E: Se habla de que Codelco podría volver a aportar

H: No creo que vaya a ocurrir eso, primero ahí te voy a dar los argumentos, primero Codelco es una empresa con política de rebaja y como dijo un ex gerente y presidente ejecutivo, aquí estamos para producir cobre y para entregar excedentes al país. Ya Codelco dejó de colaborar y como te digo yo en lo particular veo difícil más allá que se han hecho gestiones, que vaya a ayudar. Generar una campaña de captación de socios o generar alguna otra instancia, pero así como entregarle recursos frescos, porque además perdón se me olvidaba algo súper importante, Cobreloa es sociedad anónima y, ninguna empresa estatal puede entregar dinero a una organización con fines de lucro, más allá que Cobreloa también tiene su corporación, de

hecho, cuando Cobreloa conforma su sociedad anónima, los recursos pasaban por la corporación y luego a la sociedad, obviamente me da la impresión que Codelco se dio cuenta de aquello. Lo que está vigente todavía son los socios Codelco, que cada vez son menos y le descuentan por planilla, creo que es una de las pocas cosas que ya está quedando. Reitero, para que Codelco vuelva a apoyar a Cobreloa como lo hacía antes tendría que llegar un presidente ejecutivo de Cobreloa y aunque sea así.

E: Perfecto Hugo, ¿Qué piensas de las Sociedades Anónimas Deportivas?

H: Los clubes que la han aplicado bien que la han trabajado bien general has sacado buenos réditos, por ejemplo O'Higgins, pero hay otros otros que no han sabido manejar bien la sociedad, me voy al caso extremo, Deportes Concepción. en el caso de Cobreloa es una sociedad anónima rara porque tiene que rendir cuentas a la superintendencia de valor y seguro, pero es medio raro el sistema, hoy día por ejemplo, Cobreloa no se puede vender y así dicen que la acción que tiene, la única que existe, es del presidente. Habría que empezar a investigar un poco más, ahí desconozco a grandes rasgos pero yo siempre digo, antes había menos plata pero los clubes eran más ricos, hoy hay más plata y los clubes son más pobres, es más, hay clubes que viven hoy día de los dineros que le entrega TNT, después claro la mayoría tiene su dinero, algunos clubes no podrían sobrevivir, entonces no sé yo nunca he sido muy partidario sigo de la sociedad anónima, yo creo que bien trabajadas te dan réditos, pero los que no las trabajan bien, obviamente que no van a tener buenos dividendos.

## 8.2 Anexo 2. Análisis de contenido

### 8.2.1 Cuadro de nomenclatura Semestre 2011

Cuadro de Nomenclatura					
2011					
N°	Día	Fecha	Código	Titular	Link
1	Viernes	29/07/2011	LTV001	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/29-07-2011-la-tercera?location=103">https://kiosco.latercera.com/reader/29-07-2011-la-tercera?location=103</a>
2	Domingo	31/07/2011	LTD002	Cobreloa y Unión, dos con distintos objetivos	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/31-07-2011-la-tercera?location=90">https://kiosco.latercera.com/reader/31-07-2011-la-tercera?location=90</a>
3	Lunes	01/08/2011	LTL003	La tormenta de arena espantó los goles	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/01-08-2011-la-tercera?location=49">https://kiosco.latercera.com/reader/01-08-2011-la-tercera?location=49</a>
4	Martes	02/08/2011	LITMA004	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/02-08-2011-la-tercera?location=55">https://kiosco.latercera.com/reader/02-08-2011-la-tercera?location=55</a>
5	Lunes	08/08/2011	LTL005	Cobreloa puso las cosas en su lugar ante Iquique	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/08-08-2011-la-tercera?location=50">https://kiosco.latercera.com/reader/08-08-2011-la-tercera?location=50</a>
6	Domingo	14/08/2011	LTD006	U. de Chile v/s Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/14-08-2011-la-tercera?location=85">https://kiosco.latercera.com/reader/14-08-2011-la-tercera?location=85</a>
7	Miércoles	17/08/2011	LTM007	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/17-08-2011-la-tercera?location=58">https://kiosco.latercera.com/reader/17-08-2011-la-tercera?location=58</a>
8	Domingo	21/08/2011	LTD008	La polémica salvó el final en Calama	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/21-08-2011-la-tercera?location=76">https://kiosco.latercera.com/reader/21-08-2011-la-tercera?location=76</a>
9	Martes	23/08/2011	LITMA009	La presión anual	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/23-08-2011-la-tercera?location=53">https://kiosco.latercera.com/reader/23-08-2011-la-tercera?location=53</a>
10	Miércoles	24/08/2011	LTM010	Cobreloa se abraza otra vez en casa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/24-08-2011-la-tercera?location=56">https://kiosco.latercera.com/reader/24-08-2011-la-tercera?location=56</a>
11	Sábado	27/08/2011	LTL011	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/27-08-2011-la-tercera?location=118">https://kiosco.latercera.com/reader/27-08-2011-la-tercera?location=118</a>
12	Domingo	28/08/2011	LTD012	Busca volver al triunfo	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/28-08-2011-la-tercera?location=100">https://kiosco.latercera.com/reader/28-08-2011-la-tercera?location=100</a>
13	Lunes	29/08/2011	LTL013	Racha negativa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/29-08-2011-la-tercera?location=50">https://kiosco.latercera.com/reader/29-08-2011-la-tercera?location=50</a>
14	Domingo	11/09/2011	LTD014	Cobreloa v/s Audax Italiano	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/11-09-2011-la-tercera?location=94">https://kiosco.latercera.com/reader/11-09-2011-la-tercera?location=94</a>
15	Lunes	12/09/2011	LTL015	Con triplete de juvenil, Audax celebra en Calama	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/12-09-2011-la-tercera?location=52">https://kiosco.latercera.com/reader/12-09-2011-la-tercera?location=52</a>
16	Viernes	16/09/2011	LTV016	Azul Azul blinda a Eduardo Vargas	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/16-09-2011-la-tercera?location=70">https://kiosco.latercera.com/reader/16-09-2011-la-tercera?location=70</a>
17	Sábado	17/09/2011	LTV017	Necesitan sumar	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/17-09-2011-la-tercera?location=59">https://kiosco.latercera.com/reader/17-09-2011-la-tercera?location=59</a>
18	Domingo	18/09/2011	LTD018	O'higgins v/s Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/18-09-2011-la-tercera?location=69">https://kiosco.latercera.com/reader/18-09-2011-la-tercera?location=69</a>
19	Martes	20/09/2011	LITMA019	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/20-09-2011-la-tercera?location=47">https://kiosco.latercera.com/reader/20-09-2011-la-tercera?location=47</a>
20	Miércoles	21/09/2011	LTM020	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/21-09-2011-la-tercera?location=55">https://kiosco.latercera.com/reader/21-09-2011-la-tercera?location=55</a>
21	Domingo	25/09/2011	LTD021	Basay se estrena ante el único que los domina	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/25-09-2011-la-tercera?location=78">https://kiosco.latercera.com/reader/25-09-2011-la-tercera?location=78</a>
22	Lunes	26/09/2011	LTL022	Paredes le dio el toque de fiesta al historiado debut de Basay	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/26-09-2011-la-tercera?location=52">https://kiosco.latercera.com/reader/26-09-2011-la-tercera?location=52</a>
23	Miércoles	28/09/2011	LTM023	Loínos en duelo clave	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/28-09-2011-la-tercera?location=62">https://kiosco.latercera.com/reader/28-09-2011-la-tercera?location=62</a>
24	Jueves	29/09/2011	LTD024	Acosta agrava la situación de Benítez	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/29-09-2011-la-tercera?location=62">https://kiosco.latercera.com/reader/29-09-2011-la-tercera?location=62</a>
25	Viernes	30/09/2011	LTV025	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/30-09-2011-la-tercera?location=85">https://kiosco.latercera.com/reader/30-09-2011-la-tercera?location=85</a>
26	Domingo	02/10/2011	LTD026	La crisis de Lepe revive el mal recuerdo de Garré	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/02-10-2011-la-tercera?location=89">https://kiosco.latercera.com/reader/02-10-2011-la-tercera?location=89</a>
27	Lunes	03/10/2011	LTL027	Lepe: "Ya no tenemos crédito, ni margen	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/03-10-2011-la-tercera?location=59">https://kiosco.latercera.com/reader/03-10-2011-la-tercera?location=59</a>
28	Domingo	16/10/2011	LTD028	"Clásico del cobre" se juega solo con un punto de diferencia	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/16-10-2011-la-tercera?location=84">https://kiosco.latercera.com/reader/16-10-2011-la-tercera?location=84</a>
29	Lunes	17/10/2011	LTL029	Nelson Acosta tiene la receta para acumular puntos como forastero	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/17-10-2011-la-tercera?location=60">https://kiosco.latercera.com/reader/17-10-2011-la-tercera?location=60</a>
30	Viernes	21/10/2011	LTD030	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/21-10-2011-la-tercera?location=87">https://kiosco.latercera.com/reader/21-10-2011-la-tercera?location=87</a>
31	Domingo	23/10/2011	LTD031	Cobreloa quiere seguir en racha	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/23-10-2011-la-tercera?location=97">https://kiosco.latercera.com/reader/23-10-2011-la-tercera?location=97</a>
32	Lunes	24/10/2011	LTL032	Cobreloa se consolida como serio candidato	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/24-10-2011-la-tercera?location=50">https://kiosco.latercera.com/reader/24-10-2011-la-tercera?location=50</a>
33	Viernes	28/10/2011	LTV033	Loínos salen a sellar el cupo en Playoffs	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/28-10-2011-la-tercera?location=102">https://kiosco.latercera.com/reader/28-10-2011-la-tercera?location=102</a>
34	Sábado	29/10/2011	LTS034	San Felipe amarga a Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/29-10-2011-la-tercera?location=100">https://kiosco.latercera.com/reader/29-10-2011-la-tercera?location=100</a>
35	Domingo	06/11/2011	LTD035	Cobreloa v/s Santiago Wanderers	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/06-11-2011-la-tercera?location=95">https://kiosco.latercera.com/reader/06-11-2011-la-tercera?location=95</a>
36	Lunes	07/11/2011	LTL036	Cobreloa vuelve a Playoffs tras ausencia de 3 años	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/07-11-2011-la-tercera?location=62">https://kiosco.latercera.com/reader/07-11-2011-la-tercera?location=62</a>
37	Sábado	19/11/2011	LTS037	La Serena v/s Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/19-11-2011-la-tercera?location=130">https://kiosco.latercera.com/reader/19-11-2011-la-tercera?location=130</a>
38	Lunes	28/11/2011	LTL038	Acosta golpea duro a "davitto" y lo manda a la B	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/28-11-2011-la-tercera?location=58">https://kiosco.latercera.com/reader/28-11-2011-la-tercera?location=58</a>
39	Lunes	28/11/2011	LTL039	La Calera aparece en el camino de los naranjas	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/28-11-2011-la-tercera?location=58">https://kiosco.latercera.com/reader/28-11-2011-la-tercera?location=58</a>
40	Sábado	03/12/2011	LTS040	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/03-12-2011-la-tercera?location=118">https://kiosco.latercera.com/reader/03-12-2011-la-tercera?location=118</a>
41	Domingo	04/12/2011	LTD041	La meta de Calera es quedar en la historia	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/04-12-2011-la-tercera?location=101">https://kiosco.latercera.com/reader/04-12-2011-la-tercera?location=101</a>
42	Lunes	05/12/2011	LTD042	Acosta golpea y se encamina a una nueva semifinal	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/05-12-2011-la-tercera?location=64">https://kiosco.latercera.com/reader/05-12-2011-la-tercera?location=64</a>
43	Domingo	11/12/2011	LTD043	Cobreloa sale a sellar su paso a semifinales	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/11-12-2011-la-tercera?location=99">https://kiosco.latercera.com/reader/11-12-2011-la-tercera?location=99</a>
44	Lunes	12/12/2011	LTD044	La gracia de Don Nelson	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/12-12-2011-la-tercera?location=71">https://kiosco.latercera.com/reader/12-12-2011-la-tercera?location=71</a>
45	Lunes	12/12/2011	LTL045	Acosta buscará ampliar su racha ante Colo Colo	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/12-12-2011-la-tercera?location=70">https://kiosco.latercera.com/reader/12-12-2011-la-tercera?location=70</a>
46	Martes	13/12/2011	LITMA046	Acosta no ha podido con Basay	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/13-12-2011-la-tercera?location=58">https://kiosco.latercera.com/reader/13-12-2011-la-tercera?location=58</a>
47	Miércoles	14/12/2011	LTM047	Diego Barrios es baja loína para el sábado	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/14-12-2011-la-tercera?location=75">https://kiosco.latercera.com/reader/14-12-2011-la-tercera?location=75</a>
48	Jueves	15/12/2011	LTV048	Colo Colo no se confía de Nelson Acosta	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/15-12-2011-la-tercera?location=100">https://kiosco.latercera.com/reader/15-12-2011-la-tercera?location=100</a>
49	Viernes	16/12/2011	LTV049	Historia en Playoffs está con Acosta	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/16-12-2011-la-tercera?location=112">https://kiosco.latercera.com/reader/16-12-2011-la-tercera?location=112</a>
50	Sábado	17/12/2011	LTS050	Loínos exigen cupo y que Segovia no intervenga	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/17-12-2011-la-tercera?location=132">https://kiosco.latercera.com/reader/17-12-2011-la-tercera?location=132</a>
51	Sábado	17/12/2011	LTS051	Nelson Acosta: "No me siento verdugo"	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/17-12-2011-la-tercera?location=131">https://kiosco.latercera.com/reader/17-12-2011-la-tercera?location=131</a>
52	Domingo	18/12/2011	LTD052	La fórmula de Nelson Acosta nunca falla en el Monumental	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/18-12-2011-la-tercera?location=108">https://kiosco.latercera.com/reader/18-12-2011-la-tercera?location=108</a>
53	Domingo	18/12/2011	LTD053	Lo hizo otra vez	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/18-12-2011-la-tercera?location=112">https://kiosco.latercera.com/reader/18-12-2011-la-tercera?location=112</a>
54	Domingo	18/12/2011	LTD054	"En Calama veremos si tengo paternidad"	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/18-12-2011-la-tercera?location=111">https://kiosco.latercera.com/reader/18-12-2011-la-tercera?location=111</a>
55	Lunes	19/12/2011	LTL055	"Hace rato que nos vienen perjudicando"	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/19-12-2011-la-tercera?location=63">https://kiosco.latercera.com/reader/19-12-2011-la-tercera?location=63</a>
56	Miércoles	21/12/2011	LTM056	El pacto con la gloria de Nelson Acosta	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/21-12-2011-la-tercera?location=61">https://kiosco.latercera.com/reader/21-12-2011-la-tercera?location=61</a>
57	Jueves	22/12/2011	LTV057	Acosta ya planifica el 2012	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/22-12-2011-la-tercera?location=70">https://kiosco.latercera.com/reader/22-12-2011-la-tercera?location=70</a>
58	Viernes	23/12/2011	LTV058	El referente de las siete finales	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/23-12-2011-la-tercera?location=87">https://kiosco.latercera.com/reader/23-12-2011-la-tercera?location=87</a>
59	Viernes	23/12/2011	LTV059	Lusardi se pierde la ida y admite favoritismo azul	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/23-12-2011-la-tercera?location=87">https://kiosco.latercera.com/reader/23-12-2011-la-tercera?location=87</a>
60	Sábado	24/12/2011	LTS060	Bajas obligan a DT loíno a cambiar el esquema	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/24-12-2011-la-tercera?location=64">https://kiosco.latercera.com/reader/24-12-2011-la-tercera?location=64</a>
61	Lunes	26/12/2011	LTL061	La primera mitad de la copa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/26-12-2011-la-tercera?location=49">https://kiosco.latercera.com/reader/26-12-2011-la-tercera?location=49</a>
62	Lunes	26/12/2011	LTL062	Acosta: 20 años sin caer en definiciones	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/26-12-2011-la-tercera?location=49">https://kiosco.latercera.com/reader/26-12-2011-la-tercera?location=49</a>
63	Lunes	26/12/2011	LTL063	El hijo de Calama que está cerca de cumplir su sueño	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/26-12-2011-la-tercera?location=52">https://kiosco.latercera.com/reader/26-12-2011-la-tercera?location=52</a>
64	Lunes	26/12/2011	LTL064	Suarez y Barrios se recuperan y jugarán la gran final	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/26-12-2011-la-tercera?location=52">https://kiosco.latercera.com/reader/26-12-2011-la-tercera?location=52</a>
65	Lunes	26/12/2011	LTL065	Primera final del dausura	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/26-12-2011-la-tercera?location=48">https://kiosco.latercera.com/reader/26-12-2011-la-tercera?location=48</a>
66	Martes	27/12/2011	LITMA066	Gamboa no vio nada y anuló un gol válido	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/27-12-2011-la-tercera?location=54">https://kiosco.latercera.com/reader/27-12-2011-la-tercera?location=54</a>
67	Martes	27/12/2011	LITMA067	Los loínos son un forastero de cuidado	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/27-12-2011-la-tercera?location=55">https://kiosco.latercera.com/reader/27-12-2011-la-tercera?location=55</a>
68	Martes	27/12/2011	LITMA068	Las figuras vuelven para el duelo decisivo	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/27-12-2011-la-tercera?location=53">https://kiosco.latercera.com/reader/27-12-2011-la-tercera?location=53</a>
69	Miércoles	28/12/2011	LTD069	Cobreloa viaja con plantel completo	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/28-12-2011-la-tercera?location=54">https://kiosco.latercera.com/reader/28-12-2011-la-tercera?location=54</a>
70	Jueves	29/12/2011	LTV070	La pelea que deja el fin del torneo	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/29-12-2011-la-tercera?location=57">https://kiosco.latercera.com/reader/29-12-2011-la-tercera?location=57</a>
71	Jueves	29/12/2011	LTV071	Un distendido Nelson Acosta puso énfasis en los balones detenidos	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/29-12-2011-la-tercera?location=55">https://kiosco.latercera.com/reader/29-12-2011-la-tercera?location=55</a>
72	Viernes	30/12/2011	LTV072	Acosta pone en duda su continuidad	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/30-12-2011-la-tercera?location=73">https://kiosco.latercera.com/reader/30-12-2011-la-tercera?location=73</a>

## 8.2.2 Cuadro análisis de contenido Semestre 2011

Cuadro de Análisis de Contenido					
Técnico			2011	Contenido	
Nomenclatura	Caracteres	Imágenes		Foco Noticioso	Principal / Secundario
LTV001	197	0		Refuerzos	Principal
LTD002	2091	0		Previa Partido	Principal
LTL003	749	0		Post Partido	Principal
LTM004	167	0		Convocados	Secundario
LTL005	883	0		Post Partido	Principal
LTD006	504	0		Previa Partido	Secundario
LTM007	178	0		Jugador	Principal
LTD008	1496	0		Post Partido	Principal
LTM009	117	0		Posición	Secundario
LTM010	395	0		Post Partido	Principal
LTS011	180	0		Jugador	Principal
LTD012	1241	0		Previa Partido	Secundario
LTL013	133	0		Post Partido	Secundario
LTD014	539	0		Previa Partido	Principal
LTL015	2874	1		Post Partido	Secundario
LTV016	2856	1		Jugador	Secundario
LTS017	637	0		Previa Partido	Secundario
LTD018	679	0		Post Partido	Secundario
LTM019	246	0		Jugador	Principal
LTM020	167	0		Jugador	Principal
LTD021	2388	1		Previa Partido	Secundario
LTL022	4401	2		Post Partido	Secundario
LTM023	533	0		Posición	Principal
LTL024	3662	1		Post Partido	Principal
LTV025	252	0		Dirigencial	Principal
LTD026	3154	1		Post Partido	Secundario
LTL027	1271	0		Post Partido	Secundario
LTD028	548	0		Previa Partido	Principal
LTL029	2117	1		Post Partido	Principal
LTD030	262	0		Previa Partido	Principal
LTD031	862	0		Previa Partido	Principal
LTL032	2341	1		Post Partido	Principal
LTV033	956	0		Previa Partido	Principal
LTS034	2758	1		Post Partido	Secundario
LTD035	539	0		Previa Partido	Principal
LTL036	3557	1		Post Partido	Principal
LTS037	527	0		Previa Partido	Principal
LTL038	3792	1		Post Partido	Principal
LTL039	1535	1		Previa Partido	Principal
LTS040	191	0		Jugador	Principal
LTD041	1444	0		Previa Partido	Secundario
LTL042	4393	0		Post Partido	Principal
LTD043	674	0		Previa Partido	Principal
LTL044	2815	1		Director Técnico	Principal
LTL045	5054	1		Post Partido	Principal
LTM046	2976	1		Director Técnico	Principal
LTM047	653	0		Jugador	Principal
LTL048	457	0		Previa Partido	Secundario
LTV049	2167	1		Director Técnico	Principal
LTS050	3680	1		Dirigencial	Principal
LTS051	1970	0		Director Técnico	Principal
LTD052	5004	1		Post Partido	Principal
LTD053	3232	0		Director Técnico	Principal
LTD054	1428	1		Director Técnico	Principal
LTL055	3333	1		Post Partido	Secundario
LTM056	5031	1		Previa Partido	Principal
LTL057	3159	1		Refuerzos	Principal
LTV058	3652	1		Jugador	Principal
LTV059	1517	1		Jugador	Principal
LTS060	1881	1		Jugador	Principal
LTL061	1290	1		Previa Partido	Secundario
LTL062	1271	1		Director Técnico	Principal
LTL063	2976	1		Jugador	Principal
LTL064	1287	0		Jugador	Principal
LTL065	2792	1		Previa Partido	Secundario
LTM066	6096	1		Post Partido	Principal
LTM067	2902	1		Previa Partido	Principal
LTM068	1480	1		Previa Partido	Secundario
LTD069	1532	0		Previa Partido	Principal
LTL070	2506	1		Posición	Principal
LTL071	1538	0		Director Técnico	Principal
LTV072	797	0		Director Técnico	Principal

### 8.2.3 Cuadro de nomenclatura Semestre 2014-2015

Cuadro de Nomenclatura					
2014-2015					
N°	Día	Fecha	Código	Titular	Link
73	Martes	23/12/2014	LTMA073	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/23-12-2014-la-tercera?location=36">https://kiosco.latercera.com/reader/23-12-2014-la-tercera?location=36</a>
74	Viernes	26/12/2014	LTV074	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/26-12-2014-la-tercera?location=44">https://kiosco.latercera.com/reader/26-12-2014-la-tercera?location=44</a>
75	Martes	30/12/2014	LTMA075	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/30-12-2014-la-tercera?location=49">https://kiosco.latercera.com/reader/30-12-2014-la-tercera?location=49</a>
76	Martes	06/01/2015	LTMA076	Calama se queda sin la roja	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/06-01-2015-la-tercera?location=34">https://kiosco.latercera.com/reader/06-01-2015-la-tercera?location=34</a>
77	Miércoles	07/01/2015	LTMI077	Cobreloa v/s Palestino	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/07-01-2015-la-tercera?location=33">https://kiosco.latercera.com/reader/07-01-2015-la-tercera?location=33</a>
78	Jueves	08/01/2015	LTI078	Cobreloa golea en el debut del fantasma	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/08-01-2015-la-tercera?location=32">https://kiosco.latercera.com/reader/08-01-2015-la-tercera?location=32</a>
79	Domingo	11/01/2015	LTD079	Santiago Wanderers v/s Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/11-01-2015-la-tercera?location=42">https://kiosco.latercera.com/reader/11-01-2015-la-tercera?location=42</a>
80	Viernes	16/01/2015	LTV080	La dura semana de Salas	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/16-01-2015-la-tercera?location=44">https://kiosco.latercera.com/reader/16-01-2015-la-tercera?location=44</a>
81	Viernes	30/01/2015	LTV081	Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/30-01-2015-la-tercera?location=46">https://kiosco.latercera.com/reader/30-01-2015-la-tercera?location=46</a>
82	Sábado	31/01/2015	LTS082	Roco contra Figueroa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/31-01-2015-la-tercera?location=59">https://kiosco.latercera.com/reader/31-01-2015-la-tercera?location=59</a>
83	Jueves	05/02/2015	LTI083	Cobreloa intenta alejarse del descenso	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/05-02-2015-la-tercera?location=35">https://kiosco.latercera.com/reader/05-02-2015-la-tercera?location=35</a>
84	Viernes	06/02/2015	LTV084	Cobreloa y O'higgins hacen mal negocio	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/06-02-2015-la-tercera?location=44">https://kiosco.latercera.com/reader/06-02-2015-la-tercera?location=44</a>
85	Domingo	08/02/2015	LTD085	Duelo Fantasma	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/08-02-2015-la-tercera?location=32">https://kiosco.latercera.com/reader/08-02-2015-la-tercera?location=32</a>
86	Jueves	19/02/2015	LTI086	El fantasma asusta de nuevo	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/19-02-2015-la-tercera?location=35">https://kiosco.latercera.com/reader/19-02-2015-la-tercera?location=35</a>
87	Domingo	22/02/2015	LTD087	El descenso acecha	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/22-02-2015-la-tercera?location=33">https://kiosco.latercera.com/reader/22-02-2015-la-tercera?location=33</a>
88	Viernes	06/03/2015	LTV088	Clave por el descenso	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/06-03-2015-la-tercera?location=45">https://kiosco.latercera.com/reader/06-03-2015-la-tercera?location=45</a>
89	Sábado	07/03/2015	LTS089	Cobreloa sigue luchando	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/07-03-2015-la-tercera?location=85">https://kiosco.latercera.com/reader/07-03-2015-la-tercera?location=85</a>
90	Domingo	05/04/2015	LTD090	Victoria necesaria	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/05-04-2015-la-tercera-1647538062?location=46">https://kiosco.latercera.com/reader/05-04-2015-la-tercera-1647538062?location=46</a>
91	Domingo	12/04/2015	LTD091	Cobreloa se hunde y peligra la categoría	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/12-04-2015-la-tercera-1647538066?location=49">https://kiosco.latercera.com/reader/12-04-2015-la-tercera-1647538066?location=49</a>
92	Domingo	26/04/2015	LTD092	Un clásico al rojo	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/26-04-2015-la-tercera-1647538072?location=51">https://kiosco.latercera.com/reader/26-04-2015-la-tercera-1647538072?location=51</a>
93	Sábado	02/05/2015	LTS093	La caída de Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/02-05-2015-la-tercera-1647551375?location=60">https://kiosco.latercera.com/reader/02-05-2015-la-tercera-1647551375?location=60</a>
94	Sábado	02/05/2015	LTS094	El golpe de gracia a Cobreloa	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/02-05-2015-la-tercera-1647551375?location=59">https://kiosco.latercera.com/reader/02-05-2015-la-tercera-1647551375?location=59</a>
95	Martes	05/05/2015	LTMA095	Figueroa y Vivaldi, a la justicia civil y deportiva	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/05-05-2015-la-tercera-1647551376?location=33">https://kiosco.latercera.com/reader/05-05-2015-la-tercera-1647551376?location=33</a>
96	Miércoles	13/05/2015	LTMI096	Duro castigo a Figueroa por su "show" en Chillán	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/13-05-2015-la-tercera?location=32">https://kiosco.latercera.com/reader/13-05-2015-la-tercera?location=32</a>

### 8.2.4 Cuadro análisis de contenido Semestre 2014-2015

Cuadro de Análisis de Contenido						
Técnico			2014/2015	Contenido		
Nomenclatura	Caractéres	Imágenes		Foco Noticioso	Principal / Secundario	
LTMA073	201	0		Refuerzos	Principal	
LTV074	232	0		Refuerzos	Principal	
LTMA075	249	0		Refuerzos	Principal	
LTMA076	2178	1		Estadio	Secundario	
LTMI077	297	0		Previa Partido	Principal	
LTI078	1332	0		Post Partido	Principal	
LTD079	169	0		Previa Partido	Secundario	
LTV080	2324	0		Previa Partido	Secundario	
LTV081	289	0		Refuerzos	Principal	
LTS082	643	0		Previa Partido	Principal	
LTI083	252	0		Previa Partido	Principal	
LTV084	888	0		Post Partido	Principal	
LTD085	513	0		Previa Partido	Principal	
LTI086	4099	1		Director Técnico	Principal	
LTD087	394	0		Previa Partido	Principal	
LTV088	533	0		Previa Partido	Principal	
LTS089	1375	1		Post Partido	Principal	
LTD090	458	0		Post Partido	Principal	
LTD091	2044	1		Post Partido	Principal	
LTD092	196	0		Previa Partido	Secundario	
LTS093	7513	1		Post Partido	Principal	
LTS094	5134	1		Dirigencial	Principal	
LTMA095	3622	1		Dirigencial	Principal	
LTMI096	1179	1		Director Técnico	Principal	

### 8.2.5 Cuadro de nomenclatura Semestre 2022

Cuadro de Nomenclatura					
2022					
N°	Día	Fecha	Código	Titular	Link
97	Domingo	13/04/2022	LTD097	Las estrellas de un ascenso que posterga su inicio	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/13-02-2022-la-tercera?location=53">https://kiosco.latercera.com/reader/13-02-2022-la-tercera?location=53</a>
98	Jueves	21/04/2022	LTJ098	Los dubs rayan cancha tras informe contra Javier Castrilli	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/21-04-2022-la-tercera?location=44">https://kiosco.latercera.com/reader/21-04-2022-la-tercera?location=44</a>
99	Lunes	02/05/2022	LTL099	Presidente de Unión San Felipe arremete contra Matias Cano	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/02-05-2022-la-tercera?location=31">https://kiosco.latercera.com/reader/02-05-2022-la-tercera?location=31</a>
100	Sábado	04/06/2022	LTS100	Primera B: Cobrelao v/s D. Copiapo	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/04-06-2022-la-tercera?location=63">https://kiosco.latercera.com/reader/04-06-2022-la-tercera?location=63</a>
101	Martes	28/06/2022	LTMA101	Así se jugarán los octavos de final de Copa Chile	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/28-06-2022-la-tercera?location=43">https://kiosco.latercera.com/reader/28-06-2022-la-tercera?location=43</a>
102	Jueves	30/06/2022	LTJ102	Cobrelao investiga agresión de una de sus jugadoras a rival de Coqui	<a href="https://kiosco.latercera.com/reader/30-06-2022-la-tercera?location=55">https://kiosco.latercera.com/reader/30-06-2022-la-tercera?location=55</a>

### 8.2.6 Cuadro análisis de contenido Semestre 2022

Cuadro de Análisis de Contenido					
Técnico			2022	Contenido	
Nomenclatura	Caractéres	Imágenes		Foco Noticioso	Principal / Secundario
LTD097	5162	1		Jugador	Secundario
LTJ098	5845	1		Dirigencial	Secundario
LTL099	2894	1		Jugador	Principal
LTS100	455	1		Previa Partido	Principal
LTMA101	1892	1		Previa Partido	Secundario
LTJ102	3556	1		Fútbol Femenino	Principal