



Los Frutos de la Clasificación

Francisco Moreno González

Licenciatura en Periodismo

Legajo: 0062630

Docentes: Cecilia Pittelli

Alejandro Di Giacomo

14 - 04 - 2014

Correo electrónico: franciscomoreno4@hormail.com

Los Frutos de la Clasificación

Introducción

Este trabajo se propone abordar un análisis del contenido mediático sobre la etapa final de clasificación al mundial 2014 en los diarios El Tiempo y El Heraldo, se busca saber si el relato de la prensa deportiva está en consonancia con los intereses económicos del medio.

El hecho de saber si el contenido del relato periodístico está impregnado de sus disposiciones económicas, ayuda a observar el fenómeno de correlación de intereses.

Cabe resaltar que en estas clasificaciones no solamente se pone en juego los intereses mediáticos, sino que también están inmersos planes económicos de clubes, patrocinadores, contratos televisivos, entre otros beneficios monetarios que puede generar el estado actual de la globalización en el deporte.

Al tener en cuenta lo mucho que significa para un diario, el hecho de que la selección de su país se clasifique en un evento deportivo de talla mundial, permite entender de mejor manera el porqué de las cosas que se escriben en la prensa.

Para esta investigación se fijó como primer objetivo el de analizar los elementos que componen el relato de los medios deportivos colombianos en el final del proceso eliminatorio, y el de describir su relación con la venta de ejemplares y pauta publicitaria. Por otro lado, identificar cuáles son los beneficios que puede obtener una empresa periodística por la clasificación de un equipo en un evento deportivo internacional y por último precisar qué tanto pierde la prensa en cuanto a publicidad, si el cuadro nacional no logra la calificación.

La hipótesis que se planteó es que durante la eliminatoria al mundial, los medios deportivos construyeron su relato en consonancia con sus intereses económicos.

Cabe aclarar que las eliminatorias son parte de la Copa Mundial de fútbol. La Copa Mundial de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) es el torneo internacional de fútbol masculino a nivel de seleccionados nacionales más importante del mundo.

En el mundial participan las selecciones nacionales masculinas absolutas de las 208 asociaciones miembros de la FIFA. Esta competición ha venido disputándose cada cuatro años desde la edición inaugural de 1930, excepto entre el periodo que abarca desde 1942 a 1946, en medio de la segunda Guerra Mundial (FIFA, s.f.).

En el formato actual, 32 selecciones compiten por el título. Esta etapa recibe el nombre de “fase final”. Durante los tres años precedentes se lleva a cabo una fase de clasificación, la llamada “competición preliminar”, en la que se deciden los equipos que se clasificarán para la fase final junto con el país organizador (FIFA, s.f.). En América Latina, esta parte del torneo es también conocida como “eliminatórias”.

En Sudamérica hay 10 asociaciones miembro. El formato de competición preliminar se realiza de la siguiente forma: los equipos conformarán un grupo, los mejores cuatro equipos se clasifican para la Copa Mundial y el quinto clasificado disputará la eliminatoria continental, que en caso de ser superada otorga un cupo adicional (FIFA, s.f.). Para la edición a disputarse en 2014, Brasil tiene plaza directa por ser el anfitrión, por lo que los cupos de esta zona se mantienen en cuatro directos, uno por medio del repechaje, más el del organizador.

Con respecto a la trascendencia de la clasificación en relación con la publicidad, resulta importante señalar por qué las empresas toman al deporte como vía para mostrar sus marcas.

En primer lugar el deporte es una fuente inagotable de noticias que no necesitan ser explicadas para llegar al público; en él hay acontecimientos novedosos, hechos memorables y anécdotas curiosas para contar cada día (Medina Caro, 2005, p. 82). “Las apuestas de estas empresas no son a la ligera y tienen detrás estudios, no solo de mercado, sino deportivos. Las marcas se dedican a descubrir talentos y proyectan cuál va a ser su éxito, para así decidir empezar a patrocinarlos” (Giraldo Gallo, 2013).

En lo tocante a la Copa Mundial de Fútbol que es el tema que nos atañe, la teoría presentada anteriormente se confirma mediante estadísticas, tanto de cantidad de seguidores como de millones invertidos.

En la previa de la copa del mundo disputada en 2010 las compañías latinoamericanas manifestaron estar dispuestas a invertir en el primer semestre de ese año hasta un 48% del total de sus presupuestos en campañas asociadas al mundial de fútbol; distribuyendo el mismo entre medios masivos como: televisión, radio, vía pública, actividades de toda clase, internet y la nueva apuesta de redes sociales (Molina, 2010, p. 63).

Naomi Klein (2000) sostiene que por medio del patrocinio de los acontecimientos culturales (en este caso el Mundial), las empresas pueden abrirse al mundo y reivindicar partes de él a costa de nuevos espacios para sus marcas (p.57).

Las firmas de ropa deportiva son una muestra de cómo las empresas tienen estrategias de marketing vinculadas con la copa del mundo. En el pasado Mundial la firma alemana Adidas vistió a doce selecciones que se clasificaron a la fase final, la estadounidense Nike estuvo a cargo de la indumentaria de nueve equipos y Puma de siete seleccionados. Estas marcas tenían en común que todas ellas contaron un equipo en seis de los ocho grupos de la primera ronda de la fase final, además de vestir a los que deportivamente se presumen como candidatos al título (Molina, 2010, p. 62).

En las eliminatorias sudamericanas para el próximo Mundial dos de estas tres marcas también están presentes. Adidas viste a los conjuntos de Argentina, Colombia, Venezuela y Paraguay (cuatro de nueve participantes); Puma viste a Uruguay y a Chile. -Nike hace lo propio con el anfitrión Brasil que no participa del preliminar-. El hecho de que alguno o varios de estos equipos no se clasifiquen representaría la posible frustración de la apuesta de mercadeo, que busca tener un determinado número de selecciones patrocinadas en el mundial.

Aquí entra con fuerza el concepto de patrocinio, que se basa en un convenio entre una empresa o marca, llamada patrocinador, y otra organización o persona, que en el caso del fútbol sería una federación, un equipo o jugador, denominado patrocinado. Este acuerdo tiene el fin de que el patrocinado presente o vista la marca o el producto que desea promover el patrocinador. Tal como lo explica Naomi Klein (2000), el patrocinio en el deporte es en esencia una operación con fines de lucro (p.79).

Vale la pena decir que los más interesados en que un seleccionado se clasifique a la vitrina que representa la copa del mundo de la FIFA son sus patrocinadores directos, “colaboradores oficiales” o “socios”. En el caso de la selección Colombiana para la eliminatoria de Brasil 2014 son: Adidas con la marca exclusiva, Bavaria con la cerveza Águila, Caracol Televisión como canal oficial, Homecenter, Movistar, P&G con la afeitadora oficial, Efecty como el giro oficial, Pacific Rubiales, Allianz Seguros y Golty con el balón oficial.

Desde 2012 la inversión total de los patrocinadores de la selección cafetera suma ya más de 21 millones de dólares (Ruiz Granados, 2013). Para ejemplificar está el costo-beneficio del mayor auspiciante de la tricolor; la cervecería Bavaria, que paga un contrato a la Federación de 8 millones de dólares, y vende cada día de partido 6.818.000 botellas de cerveza Águila y Águila Light (Ruiz Granados, 2013).

Con la clasificación de la Selección Colombia al Mundial 2014, el valor de las marcas patrocinadoras crecerá a nivel internacional, y las empresas que acompañarán a la selección al campeonato, serán vistas por miles de millones de personas (Ruiz Granados, 2013). Este es el objetivo principal que tiene una marca

patrocinadora cada vez que decide invertir millones de dólares (Ruiz Granados, 2013).

El consumo de medios, así como la aparición de los mencionados anteriormente, ejemplifica cómo el patrocinio deportivo va más allá del apoyo económico a un equipo o deportista; es una ventana a un público masivo de espectadores, asistentes, compradores, televidentes y oyentes (Pino, s.f.).

No solamente las empresas ven en el Mundial una vidriera importante para vender sus productos, sino que también los clubes de las diferentes ligas esperan un importante papel de sus jugadores en la competencia, lo cual aumentaría la cotización de sus futbolistas.

Para ejemplificar, en la copa del mundo de Sudáfrica, “Si se suman los valores de mercado de las 32 selecciones participantes, obtenemos un total de € 5.630 millones, una cifra que permite advertir la espléndida realidad de la industria del fútbol...” (Molina, 2010, p. 63). La selección con mayor tasación era la de España con 565 millones de euros, la segunda Brasil con 515 y la tercera Francia 450 (Molina, 2010, p. 62).

Todo este capital es manejado por los clubes que son los dueños de los derechos federativos. Una buena clasificación representa despertar el interés de equipos de todo el mundo y un incremento en el precio de los futbolistas. Si se mantiene una actuación así en el Mundial, el crecimiento en el precio sería exponencial y el alcance de la vitrina es aún mayor; de ahí la gran importancia que le ponen los clubs a que su selección logre el pase a copa del mundo.

Por otro lado, las federaciones no ganan importantes sumas de dinero solamente con los patrocinios directos, sino que también, un buen rendimiento implica más venta de entradas. El desempeño de Colombia en las clasificatorias al Mundial 2014 le representó superar a todos sus rivales en la taquilla. Un partido de la tricolor registra un promedio de 47.000 hinchas que se traducen en utilidades cercanas a los 2,4 millones de dólares por encuentro. Su más cercano competidor en afluencia es Argentina que mete a un aproximado de 41.000 espectadores en el estadio Monumental cada vez que juega la Selección (Ruiz, 2013).

Todos estos intereses, confluyen directa o indirectamente en los medios de comunicación. Que de una u otra forma se ven beneficiados económicamente con la llegada del Mundial.

Las compañías utilizan varias herramientas para entrar en el terreno deportivo y beneficiarse. Muchas de estas marcas ponen publicidad en los medios en la época

de la copa del mundo, o de las otras competiciones, y si no pautaron directamente con la empresa periodística también aparecen en muchas de las páginas o programas televisivos por acompañar al equipo clasificado.

Cada partido cuenta con carteles publicitarios y en cada conferencia de prensa el protagonista tiene detrás un banner con todos los sponsors de la selección, equipo o jugador que representa. Esta aparición del logo también penetra en ámbitos digitales como por ejemplo, los videos juegos, lo que le da al deporte un alto potencial de repetición.

Otra estrategia frecuente es integrarse al mismo deporte, las empresas crean torneos de organización propia y con la marca como nombre de la competición. De esta manera existe el Abierto de Sony Ericsson de tenis profesional, la Copa Coca-Cola de fútbol juvenil, varios torneos y giras de golf, etc.

Sí se habla de fútbol, en la actualidad las principales ligas del balompié europeo cuentan con nombres comerciales, el torneo se conoce por las marcas y los que las transmiten por televisión están obligados a mencionar al sponsor. Ejemplos como la Serie A TIM (Italia), Barclays Premier League (Inglaterra) o Liga BBVA (España) son algunos de los casos. Este fenómeno también está presente en América en las copas internacionales, tanto la Sudamericana como la Libertadores, reciben el nombre de Bridgestone, esta última, que es la más importante, se ha llamado también Toyota y Santander. Esto mismo se aplica a los nombres de los escenarios deportivos con innumerables ejemplos en todo el mundo.

Naomi Klein (2000) cuenta que una de las herramientas más poderosas de las marcas es la creación de estrellas al nivel de Hollywood (p.80). Las firmas toman astros del deporte y los vuelven famosos más allá de sus disciplinas, de esta manera, al competir con su logo en el pecho, en ellas se reflejan todos los talentos de este atleta.

Naomi Klein (2000) explica también que estas superestrellas del deporte, son elementos constituyentes de su imagen, que se han demostrado capaces de crecer en la edad de la asociación y que están hechas para la promoción múltiple (p.86). Ella señala que sí bien un artista puede realizar diversas actividades de publicidad, nunca podrá ganar un título mundial, una medalla olímpica o llegar a jugar en un equipo muy famoso; mientras que los deportistas aparte de hacer todo esto, pueden con mayor o menor destreza: escribir libros, presentar programas de televisión, actuar en películas, ser modelos de fotos y pasarelas e incluso grabar

discos de música (Klein, 2000, p.86). Todo esto les da un valor agregado por sobre otros a la hora de representar marcas.

Todo esto no solo beneficia a las empresas, para los organizadores la entrada de la publicidad no es inmiscuirse en el deporte, ya que muchos de los certámenes serían imposibles de realizar sin su apoyo. Tanto los medios televisivos y escritos como las federaciones tienen los brazos abiertos ante la llegada de estos anunciantes.

El notable aumento de la publicidad con la aparición de la televisión, y especialmente con la sofisticación de nuevas tecnologías, llevó a verdaderas disputas de intereses entre emisoras para lograr los derechos de transmisión (Levinsky, 1995, p. 94).

Si se toma el ejemplo de la pantalla, en las disputas en el rating entre el fútbol y los demás programas (rating indica un recuento de los espectadores que sintonizan un canal durante una programación determinada), se resolvieron siempre en favor del deporte, que demuestra ser una inagotable fuente de ganancias para los canales de televisión (Levinsky, 1995, p. 25).

Este fenómeno propagandista no es exclusivo de la televisión, los medios gráficos también encontraron en la publicidad un recurso de gran importancia para la supervivencia (Levinsky, 1995, p. 93). Los acontecimientos futbolísticos generalmente ocupan títulos en primera plana y esta difusión ha dado a los diarios grandes superávits por patrocinios (Levinsky, 1995, p. 43).

“La trilogía deporte-prensa-publicidad se alimenta recíprocamente, y es así como se han elevado el show y el rendimiento deportivo a niveles insospechados” (Vásquez Henríquez, 1988, p. 109). Las empresas patrocinadoras y la cultura que difunden se han fusionado, creando así una tercera cultura: un universo cerrado de personas con marca, con productos de marca y con medios de comunicación de marca (Klein, 2000, p.90).

Por estas razones se abre la puerta a que los medios deportivos puedan o no, incluir en su relato algo de sus propios intereses económicos, con el objetivo de ejercer cierta presión para que el equipo se clasifique. Al tener en cuenta esto, se eligió analizar el relato de la prensa deportiva en el final de las eliminatorias al mundial de Brasil 2014 donde la selección colombiana se clasificó.

Por análisis, el diccionario de la lengua española, en su primera acepción, entiende “la distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos” (Real Academia Española, s.f.). Por tanto, como el objeto a analizar es el cubrimiento mediático, se tomaron como muestras al diario

“EL TIEMPO” de circulación nacional y al periódico “EL HERALDO” de movimiento regional, (donde se realizaron los partidos). Y se tuvieron en cuenta para la investigación de las fracciones, las ediciones previas y posteriores de las últimas 4 fechas de eliminatorias.

El análisis de contenido que se realizó en este trabajo, parte de la definición de Berelson, que lo explica como una técnica de investigación cuya finalidad es la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación (como se cita en López Noguero, 2002, p.173).

Para seguir esta práctica y realizar el estudio de los materiales, se tomó el enfoque que propone tratar de extraer inferencias válidas a partir de la naturaleza del contenido, respecto de las características de quienes producen el contenido (Martín Martín, s.f., p.2). Y se eligió esta dirección ya que según Raúl Martín, es la indicada para detectar técnicas de propaganda (s.f., p.3).

Por tanto, en las ediciones seleccionadas se analizaron las diferentes partes del cubrimiento de la prensa, como son: las tapas, sus títulos e imágenes; las crónicas y previas de los partidos, se resaltó aquí cómo se describió el suceso; las columnas de opinión, se puso lupa en cuál es el mensaje que se envió. Se desarrollaron las posturas de cada uno de los diarios que sirven como muestra, y posteriormente se realizó una breve comparación entre ambos.

Asimismo, se entrevistó a periodistas de estos diarios como Manuel Ortega Ponce, William González Badillo y José Orlando Ascencio. El objetivo de los testimonios será el de explicar en qué se basan los medios para construir su relato y que cuenten también, los diferentes escenarios que viviría un medio si el equipo se clasifica o no, ¿qué beneficios se obtendrían? y ¿qué se perdería?

En la segunda parte de la investigación, basado en las entrevistas, se expondrán los beneficios que obtiene la empresa periodística con la clasificación de su selección en un mundial, y cómo afecta la no calificación del equipo nacional en la tirada y en la publicidad.

Contextualización de los periódicos

Los diarios elegidos para el análisis, fueron “El Heraldo” de Barranquilla (Tiene una sola edición que se vende en toda la costa caribe colombiana) y “El Tiempo” de Bogotá (tiene 6 ediciones: Bogotá, Caribe, Medellín, Eje Cafetero, Occidente y una versión estándar-nacional que circula en el resto del país). El primero fue tomado por ser la publicación con mayor circulación en la ciudad en la cual se disputaron los partidos de local que jugaba la selección colombiana. El segundo fue selecto por ser el rotativo de mayor tirada en el país.

El Heraldo fue fundado el 28 de octubre de 1933, es en la actualidad el periódico de mayor circulación, información y publicidad en la Costa Caribe colombiana (El Heraldo, s.f.) y tercero a nivel nacional, con una tirada aproximada de 195.500 ejemplares diarios. Aparte de servir a Barranquilla, al país y al partido liberal, El Heraldo, se define como un espacio efectivo de comunicación para sus

anunciantes (El Heraldo, s.f.). Es de publicación diaria, en formato sábana de 55,5 x 32 cm, con precio que oscila entre los 1.500 y 2.000 pesos colombianos (0,73 y 0,97 centavos de dólar).

El Tiempo fue instaurado el 30 de enero de 1911, es la publicación de mayor circulación en Colombia y en la década del 2000, durante 7 años, llegó a ser la única voz de la prensa escrita, que salía diariamente a nivel nacional. La circulación de lunes a sábado es de un aproximado de 1.077.600 ejemplares, mientras que en la edición dominical alcanza las 1.999.100 unidades vendidas. Al igual que su par de la costa, es de publicación diaria, con formato sábana de 58 x 30,5 cm, con un valor que va entre los 1.500 y los 3.200 pesos colombianos (0,73 y 1,56 dólares).

Ambas publicaciones cuentan con el respaldo de casas editoriales que llevan su mismo nombre y más de 50 y 100 años de trayectoria respectivamente. Más allá de su orientación política, ambos son diarios de noticias de actualidad y mantienen formatos de impresión tradicionales. En cuanto al tema que se trata, ambos periodicos cuentan con una sección dedicada a los deportes, en la cual profundizan los temas relacionados con la selección Colombia.

Para el análisis se utilizaron los artículos publicado en los ejemplares de El Heraldo y de El tiempo (edición caribe) de los siguientes días: 5, 6, 7 10 y 11 de septiembre de 2013; 11, 12, 15 y 16 de octubre de 2013. Por tanto, para realizar el estudio, se hizo una distinción y separación de las notas, editoriales, publicidades, entre otros ítems, que hacen parte del todo que representa el discurso mediático, hasta llegar a conocer sus principios o elementos.

Situación de la Selección Colombia en las eliminatorias.

Después de 3 copas del mundo consecutivas sin la presencia cafetera (Corea-Japón 2002, Alemania 2006 y Sudáfrica 2010), el proceso de clasificación para Brasil 2014 se perfilaba como una obligación para la Federación Colombiana de Fútbol (Fedefútbol). Su presidente, Luis Bedoya, “sabía que el país necesitaba resultados deportivos. Y pronto. Tampoco desconocía que la nueva agenda pasaba en forma ineludible por la escogencia de un director técnico que asumiera como suya la bandera de regresar a un mundial” (Hernández Bonnet, 2013, p. 34).

Con miras a cumplir con el objetivo de la clasificación, la Fedefútbol apeló a la dupla que había llevado al país a tres citas orbitales. En abril de 2010 designó a Francisco Maturana como Director de Desarrollo Deportivo y 4 semanas más tarde, en mayo, a Hernán Darío Gómez como entrenador del equipo.

En el transcurso del mismo año, el Cuerpo Técnico se dedicó a formar una base de jugadores para enfrentar la próxima eliminatoria. Este grupo tuvo sus primeras pruebas en el primer semestre del 2011, donde enfrentó a España (selección campeona del mundo) y disputó la Copa América de Argentina. En ambas, sí bien no obtuvo buenos resultados deportivos, “dejó la imagen de un equipo sólido, con mucho qué demostrar” (Silva, Meluk, Ascencio, Arango, Guzmán, 2013, p. 32).

A mediados de 2011, en Colombia se disputaba el mundial sub20 de fútbol. El combinado nacional obtuvo buenos resultados por lo que en el país había un estado de felicidad. Sin embargo, en la primera semana de agosto, todo cambió drásticamente cuando “Bolillo” Gómez –como también se le conoce al entrenador cafetero- se vio involucrado en un escándalo en el cual se le acusó de golpear a una mujer en una discoteca del centro de Bogotá (Hernández Bonnet, 2013, p. 38). En ese momento –para evitar que el episodio afectara la imagen del torneo juvenil- la Federación de Fútbol expidió un comunicado en el cual confirmaron los hechos, confesaron públicamente la agresión y ofrecieron disculpas por lo acontecido.

Una vez que terminó la copa se produjo un debate en el país, muchos sectores reclamaron la destitución inmediata del director técnico, mientras que otros pidieron aceptar las explicaciones y mantener el proceso. La Fedefútbol tenía que decidir la continuidad del seleccionador, en el seno de la organización había una división respecto al tema y en las votaciones el empate reinaba. Finalmente, y no obstante que horas antes “Bolillo” Gómez había dicho por línea privada a diferentes periodistas que no tenía intenciones de dimitir, el ente rector del balompié nacional anunció la renuncia irrevocables del entrenador.

Sumado a presiones públicas, políticas y a que “los patrocinadores hicieron saber que estaban de acuerdo con la desvinculación del entrenador porque sus marcas podrían sufrir un daño irreparable” (Hernández Bonnet, 2013, p. 60,61), la Federación después de varios días de reuniones, aceptó la abdicación.

A escasas cuatro semanas del inicio de la eliminatoria, la Fedefútbol designó como nuevo seleccionador a Leonel Álvarez, antiguo ayudante del ex técnico “Bolillo” Gómez. Con el flamante entrenador, Colombia enfrentó únicamente las primeras tres fechas de las clasificatorias.

El primer encuentro que disputó la selección cafetera se firmó victoria 1-2 contra Bolivia. Este choque marcó, por un lado, el primer triunfo en la historia de las eliminatorias de la selección en la altura de La Paz, y por el otro, que la estrella del equipo –Radamel Falcao García- tenía problemas con el nuevo entrenador a raíz de unas declaraciones en las cual el técnico lo comparaba con otro compañero. Justamente, el “tigre” Falcao marcó el gol agónico que le dio el triunfo a Colombia y lo celebró con un mensaje para el técnico. “El goleador se llevó la mano derecha

a su oreja y la izquierda a la boca y movió los dedos, en una clara señal de que se hablaba mucho...” (Hernández Bonnet, 2013, p. 104).

El segundo y tercer partido contra Venezuela y Argentina respectivamente se disputaron en Barranquilla en medio de varias situaciones negativas.

En primer lugar el cuerpo técnico obvio una recomendación de no sobreentrenar a Falcao García y el atacante se lesionó 72 horas antes del primer partido. Frente a la Vinotinto el marcador fue de 1-1, este empate en condición de local dejó un sabor amargo en los aficionados. La prensa por su parte, empezó a criticar al entrenador, acusó falta de reacción y exigió derrotar a la poderosa selección albiceleste para validar el triunfo de visitante ante Bolivia.

En segundo lugar, en la previa al partido contra los rioplatenses, Gustavo Bolívar –seleccionado colombiano- declaró que Lionel Messi era: “un jugador común y corriente”. Estas palabras cayeron mal en el seno del plantel y generaron disputas internas, (justamente, en el juego, Messi ante marca de Bolívar anotó el primer tanto y dio el pase del segundo). Finalmente, al terminar el encuentro se vio al entrenador Álvarez envuelto en una fuerte discusión por el armado del equipo con el Mánager General, Julio Comesaña. El efecto: Colombia cayó derrotada 1-2.

Los malos resultados, sumados a los incidentes, derivaron en el despido de Álvarez. Dos meses y medio más tarde, la Federación Colombiana de Fútbol contrató al argentino José Néstor Pékerman como nuevo seleccionador.

Los dos primeros partidos bajo el mando del entrerriano fueron en Lima y en Quito. El primero, contra Perú, fue victoria 0-1, en un partido en el que el portero colombiano fue figura y salvó el triunfo en múltiples oportunidades. En Ecuador, el oncenso cafetero no contó con la misma suerte y cayó 1-0, en un encuentro sobre el cual, existe coincidencia de los analistas como el peor partido del combinado tricolor en la eliminatoria.

Los siguientes juegos marcaron el mejor momento de la “amarilla” en la eliminatoria. La selección bajo el mando del nuevo director técnico ganó 4 partidos consecutivos, en los que marcó 14 goles y solo recibió 1. Los resultados fueron 4-0 contra Uruguay, 1-3 frente a Chile, 2-0 sobre Paraguay y 5-0 vs Bolivia.

Este panorama trajo elogios de todo el mundo del fútbol y rápidamente se generó en los aficionados una gran expectativa por el mundial. Xavier Azkargorta -seleccionador de Bolivia- definió a la selección como “el equipo que mejor fútbol practica en estas eliminatorias” (EFE, 2013); James Rodríguez -jugador colombiano- “No tenemos a Messi ni a Cristiano, pero tenemos a Falcao”; o que en 2013 José Pékerman recibió por segundo año consecutivo –ambas como DT

cafetero- la distinción como mejor entrenador de América que otorga el diario Uruguayo El País, donde resaltaron el trabajo del argentino al decir que él “le devolvió a Colombia la identidad, el buen juego, la confianza...”(Romero, 2013).

No obstante, los mismos rivales que derivaron en el despido del técnico Álvarez fueron los que en los siguientes partidos pusieron un freno en la ilusión de confirmar la participación cafetera en una copa del mundo después de 16 años.

El encuentro en Puerto Ordaz se cerró con derrota 1-0, “El partido contra Venezuela fue una lección para todos: la clasificación estaba cerca, pero aún no se había logrado. Y aún faltaba trabajar mucho para conseguirla” (Silva, Meluk, Ascencio, Arango, Guzmán, 2013, p. 99). Contra Argentina, en Buenos Aires, el resultado fue de 0-0 en un enfrentamiento que solo dejó como notas salientes las expulsiones, –una para cada lado-, y las múltiples imágenes de maltrato y humillación policial sufridas por los simpatizantes colombianos.

La fecha 14, la última previa al inicio del análisis mediático en que se basa este texto, marcó la victoria de Colombia en Barranquilla por 2-0 ante el seleccionado peruano. “La clasificación estaba cada vez más cerca. Contra Ecuador, de nuevo en Barranquilla, podría ratificarse de una vez por todas” (Silva, Meluk, Ascencio, Arango, Guzmán, 2013, p. 114).

A falta de 4 fechas para el final de las clasificatorias, la selección cafetera se ubicaba segunda en la tabla con 23 unidades, a tres del líder Argentina (26). En el tercer puesto, pisándole los talones a los dirigidos por Pékerman, estaban Ecuatorianos y Chilenos ambos con 21 puntos. La zona de clasificación la cerraban, lejos de los líderes, Uruguay y Venezuela que se dividían el quinto puesto (el de repechaje) con 16 cada uno.

Los encuentros restantes fueron dos como local y dos como visitante. Primero contra Ecuador en Barranquilla (victoria 1-0). Luego enfrentó a Uruguay en Montevideo (derrota 2-0). Después, nuevamente como local, ante la selección chilena (empate 3-3), donde se logró la clasificación. Y cerró contra Paraguay en Asunción (victoria 1-2).

Desarrollo de las fechas finales

A continuación se expondrán las partes más relevantes del cubrimiento otorgado por los dos diarios a cada una de las fechas, de la última etapa de las Eliminatorias. En esta selección se buscó destacar elementos que representarían

el mensaje general del medio, para después analizar el contenido acorde con lo planteado.

Ecuador

El Tiempo, día del partido:

En la edición del jueves 5 de septiembre de 2013 (día antes del juego), el título de tapa referente al seleccionado fue, “El 5-0, Los 20 años del triunfo Monumental sobre Argentina”. El apartado deportivo le dedicó, solo una página principal exclusiva a las clasificatorias. El segmento contó con pocas páginas y muy poco desarrollo previo al partido.

Publicaron notas sobre el posible reemplazante del sancionado Yepes, se mencionó la posible clasificación pero muy levemente. Dieron noticias breves sobre el clima del partido y la reventa de boletería. También incluyeron artículos sobre el de estado de lesión de dos jugadores (Cuadrado y Falcao), y sobre actualidad del rival.

La columna de opinión a cargo de Gabriel Briceño, resaltó la actitud mesurada de los jugadores. Mediante testimonios de los protagonistas intentó demostrar cómo los seleccionados no están confiados con una clasificación y criticó levemente la ansiedad del hinchista colombiano. (2013a, p.10)

En la edición del viernes 6 de septiembre de 2013 (día del partido), la tapa tuvo como imagen principal un tema relacionado al encuentro, en la parte superior, de 4 columnas por 11 cm de largo, mostró a un hinchista colombiano. En títulos, el segundo más importante y de mayor tamaño de la primera plana, era sobre la selección, estaba debajo de la foto y rezaba: “Colombia quiere asegurar Mundial” con la nota que seguía en la sección deportiva.

La sección regional, tenía como título principal “Alcaldía fija medidas por juego de esta tarde”, allí describieron el operativo de seguridad para el partido a realizarse ese día y los preparativos de una posible fiesta de clasificación que hace la ciudad (6 de septiembre de 2013, p.13).

La sección Deportes: tres páginas exclusivas para las eliminatorias al mundial, de las cuales solo había una pequeña parte de 2 columnas y 15 cm en la cual hablaban de la eliminatoria europea. El resto era todo sobre las clasificatorias sudamericanas. Amplio cubrimiento con informes detallados apoyados por mínimo una infografía de gran tamaño por página.

J.O. Ascencio escribió la crónica principal, en la cual dio testimonios de los jugadores en donde se los muestra cautos y el mensaje principal es que el equipo dice estar preocupado solo por ganar y no por clasificarse anticipadamente. Resaltó que era posible entrar al mundial esa misma noche si se daban otros resultados, por lo que catalogó en varias oportunidades al partido como una final. También dijo sin ahondar demasiado, que un eventual triunfo aseguraba el repechaje, sin embargo, puso más fuerza en la celebración anticipada (2013a, p.14).

Además de lo expuesto en la crónica principal, se añadió un artículo adicional donde explicaron con mayor detalle todos los resultados que se tenían que dar para que Colombia entrara esa noche directamente al Mundial. También contaron por qué se necesitaban esos marcadores de acuerdo con la tabla de posiciones (6 de septiembre de 2013, p.14).

Sobre el equipo se publicaron, una nota sobre Juan Guillermo Cuadrado, de cómo se fue ganando al titularidad, de su importancia por el regate y la polivalencia. Y otra sobre la conferencia de prensa del técnico Pékerman en donde se resaltó que no dio pistas sobre la alineación que iba a parar en el partido venidero, que siempre mantuvo el misterio sobre la presencia o no del goleador Falcao García y que este eludió la respuesta sobre si sentía la presión de la clasificación anticipada (6 de septiembre de 2013, p.14, p.15).

La columna de opinión a cargo de Gabriel Meluk, abrió su editorial con: “Nada es fácil. Ni siquiera comerse un merengue. Pero lo lógico es que Colombia le gane hoy a Ecuador en Barranquilla. ¿Razones? ¡Muchas!”. En un escrito fuerte, Meluk enfatizó que ganar era lógico, le restó importancia si el equipo tiene bajas, como su máxima estrella Falcao o su capitán Yepes. Él insiste que el partido se debe ganar, da razones estadísticas, dice que a lo sumo será duro o difícil, pero que el triunfo es una obligación. Compara al partido como comer un merengue. (2013a, p.15)

El mensaje de todas las notas podría resumirse con una bajada de un título que estaba resaltado en negrita: “Ganar es la única consigna. ¡Puede ser un día de fiesta!” (6 de septiembre de 2013, p.14). La mayoría de los artículos lo mencionaban o lo daban a entender.

En general el cubrimiento pasó únicamente por la parte deportiva y como se ve anteriormente el discurso de esos días previos apuntó a una clasificación anticipada. Muchas de las notas referían a esta posibilidad, que sí bien era remota, en este diario se le dio un espacio de importancia.

También cabe destacar la postura agresiva de la columna de opinión. A diferencia del resto del ejemplar, en esta no se ahondó en la clasificación anticipada, pero sí se profundizó en la aparente facilidad que representaba el partido. Tanto, que llegó a tildar de obligación al triunfo, lo cual representa un principio de presión para obtener un resultado, sobre todo si se tiene en cuenta que la obtención de otro marcador no significaba una eliminación del torneo. Aquí se exigía una victoria, pasando por alto las bajas del equipo, y no se pidió por la necesidad deportiva sino desde otros lugares que van más del lado de la lógica, del historial previo y la sencillez del rival.

El Heraldo, día del partido:

Para el juego contra Ecuador, el título principal de tapa del viernes 6 de septiembre de 2013, en el medio del diario fue: “¡Colombia!”. Este estaba ubicado en la parte superior, acompañado de una foto a todo el ancho de la página, 6 columnas por 20 cm. Además de esto, la primera plana, solo muestra tres títulos adicionales, que ocuparon una muy pequeña medida en proporción con todos los títulos que hablaban del partido.

Desde la primera página interior del diario, en las cinco siguientes, y en otras posteriores, se encontraron temas de la Selección Colombia. Con este cubrimiento El Heraldo mostró que este evento deportivo afectaba a toda la ciudad en áreas que salen del espectro futbolístico.

La sección Locales dedicó varios artículos al partido, entre ellos están: “Una doble fiebre tricolor invade a Barranquilla”, Carlos Sourdis Pinedo, habló sobre los visitantes ecuatorianos que llegaron a la ciudad con motivo del partido, destacó que entre sus principales intereses está el de la prostitución. También elogió tanto a la ciudad como a sus habitantes (2013a, p.2A). “Vaya al estadio en Transmetro, bus o taxi”, Alix López, hizo un informe de las mejores formas para ir a ver el partido a la cancha, este iba acompañado de dos infografías grandes (2013, p.3A). “No hay boletas, las que consigán en la calle son falsas”, nota sobre la captura en diferentes partes de la ciudad, a delincuentes que tenían en su poder varias boletas falsificadas para venderlas en la entrada del estadio, se adjuntó la recomendación policial de no comprar nada que se venda afuera (2013, p.4A).

La sección Tendencias también tuvo un artículo: “De Mono a Pantera Rosa: el Pibe se pintó el pelo”, Andrea Jiménez J, escribió una nota en la cual contó que el ex 10 de la selección, Carlos “el Pibe” Valderrama, se pintó el pelo de color rosa para un evento de una empresa de cosméticos que apoya a las mujeres con cáncer de mama. (Mono es como se conoce a las personas de cabello rubio en Colombia) (2013, p.1C).

Por si no había quedado claro en el aspecto de noticias, cuán significativo es para el distrito, que el equipo juegue en Barranquilla, la editorial principal del diario se encargó de resaltarlo. “Todos con la amarilla”, en el artículo se habló de la importancia que tiene el choque a disputarse en la ciudad. Enumeraron los beneficios económicos y sentimentales de ser “la casa de la selección”. Aseguraron que gracias a la energía y vitalidad de los aficionados, en caso de ganar, se tendrá prácticamente asegurado el pase al Mundial. Por último resaltaron que estos eventos permiten mostrar la ciudad al mundo, por lo que se debe aprovechar para festejar con alegría, pero sin excesos (6 de septiembre de 2013, p.4B).

Las otras dos columnas van en referencia al recuerdo de un partido que marcó la historia del combinado tricolor: “Adiós 5-0”, Alberto Martínez M, tras breve recuerdo de la goleada a los argentinos, el autor tildó al triunfo de nocivo para el país y para el equipo, lo catalogó de derrota. Pidió que ese partido sea olvidado, para en caso de clasificar, no caer en esos triunfalismos que tanto perjudicaron la concentración de aquel momento (2013a, p.5B).

La restante, “A 20 años y un día de la gran goleada”, Humberto Mendieta, narró las dos caras que dejó el triunfo ante Argentina. Por un lado, una victoria gloriosa y por el otro una celebración que calificó de “violenta y tercermundista”. Habló que, así como para muchos, el recuerdo de esta fecha quedó a la altura de una gesta de independencia, a otras les hace alusión al día en que sus familiares murieron. Recordó que con el triunfo y los festejos hubo 80 muertos relacionados con alcohol e intolerancia, es decir 16 personas fallecieron con cada gol de la selección ante la albiceleste. A esto le siguió el triunfalismo, que derivó en las derrotas en el mundial y el fatídico asesinato de uno de sus jugadores. Para él, la afición sigue siendo igual (2013a, p.5B).

La Sección Deportes, el diario la publicó con cuatro páginas. Las tres primeras estaban dedicadas a la selección nacional y la cuarta era compartida por el resto de equipos de las eliminatorias.

Los títulos y crónicas principales del apartado deportivo apuntaban a una eventual victoria cafetera que acercara al equipo al Mundial: “Con un triunfo tenemos un pie en Brasil”, William González Badillo, publicó una crónica de la previa del encuentro, en la que anunció que si se gana, se estará muy cerca del Mundial. Contó de la importancia que ha ido tomando el estadio barranquillero en cada uno de los triunfos de la selección. Relató la actualidad y las posibles modificaciones en el equipo. Dio testimonios tanto de jugadores nacionales como del técnico rival. Relató un poco la preparación del adversario y cerró con la sentencia de que: “Colombia está muy cerca de conseguir el objetivo, el sueño está a punto de volverse una realidad y esta generación de poder volver a poner un pie en un Mundial” (2013a, p.1D).

“A los jugadores les pedí de regalo un triunfo”, William González Badillo, hizo una nota sobre los dichos del entrenador argentino, entre los que destacó que dijo que se mantiene cauto, no dio ninguna pista sobre el equipo y mantuvo en vilo si el ariete Falcao estará en la cancha. También resaltó que el estratega confesó que el partido iba a ser difícil para ambos equipos, acentuó la base sólida de Ecuador que los tiene a las puertas de ir a su tercer Mundial consecutivo. Pékerman recordó la posición de Colombia en el ranking FIFA (tercero), alabó que eso no era casualidad sino que era la suma de buenos partidos y buenos rendimientos individuales y colectivos (2013b, p.2D).

Rosember Anaya Martínez, escribió sobre el entrenador colombiano que dirige a Ecuador, Reinaldo Rueda, contó que se le vio con una gran alegría al momento de hablar sobre su etapa como timonel del equipo cafetero, se mostraba feliz de estar en su país y encontrarse con viejos amigos. Resaltó que dijo que era muy lindo hacer parte de esta generación del fútbol colombiano. Sobre sus dirigidos (los ecuatorianos) dijo que van a dar lo necesario para sumar puntos de visitante. El autor sostuvo que Rueda tiene una leve ventaja porque ya conoce la plaza y a los jugadores a los que va a enfrentar. Por último cerró la nota diciendo que el entrenador no dio pistas sobre la formación que dispondrá en el campo de juego (2013a, p.2D).

“Esta Selección no tiene que envidiarle nada a nadie”, por medio de un artículo que relató la vida futbolística de Jorge Bolaños, ex jugador de la selección tricolor, resaltaron las virtudes del equipo nacional. Después de contar sus primeros pasos en la tricolor, sus experiencias en el fútbol italiano, destacaron sus palpitos sobre la generación actual. Sobre esta camada elogiaron que tiene más experiencia internacional que la que tenían en la época del entrevistado, sin embargo él aclaró que ambas tenían el mismo talento (Ortega Ponce, 2013a, p.3D).

Anuncio sobre la invitación por parte de la alcaldesa, a que los ciudadanos se acerquen a las 5 pantallas gigantes, ubicadas a lo largo de la ciudad, para que los aficionados que no tienen entradas puedan ver el choque en un ambiente emocionante y no entorpezcan el ingreso en las proximidades del estadio (2013, p.3D).

Esta edición, vino acompañada de un suplemento exclusivo, que tenía como portada una foto en grande de aficionados celebrando en el estadio. Con título: “Colombia vs Ecuador, A ganar”. En el interior había notas deportivas en una cara y publicidad, generalmente relacionada con el encuentro, en la otra. Es decir, que la mitad del contenido era pauta publicitaria (6 de septiembre de 2013).

Las notas de este segmento se dividieron en dos partes, por un lado estaban las referidas al partido en la parte futbolística, en las cuales contaron la previa, sensaciones de los técnicos, el historial entre los equipos, entre otros datos. Y por

el otro lado, los artículos que reforzaban la idea, que se entiende como mensaje principal, de que a la ciudad le conviene ser “la casa de la Selección” y a la selección le conviene tener como casa a Barranquilla.

Sobre estos últimos se pueden enumerar columnas sobre los beneficios económicos y de imagen para la ciudad, el anuncio de records en ventas de camisetas, los tratamientos que reciben las selecciones en los hoteles, los servicios especiales que ofrecen bares y discotecas para una eventual celebración, entre otros (6 de septiembre de 2013, p.16, p.18, p.24, p.28).

En este ejemplar se percibió con claridad que el discurso del periódico apuntaba a remarcar la importancia de Barranquilla en los resultados de la tricolor y del mismo modo, dejarle en claro al público que aparte de los intereses emocionales, el hecho de tener al equipo en el patio propio se traducía en dinero para la ciudad. Esto lo direccionaron dedicándole: la editorial principal; el despliegue de noticias relacionadas en las diferentes secciones, que marcaban con fuerza como la presencia del partido cambiaba todo el movimiento en la urbe; y la mitad de un suplemento deportivo, en el cual se tocaban tanto temas económicos (mencionados en el párrafo anterior) como temas del balompié.

Del lado de la competencia como tal, el discurso fue mucho más cauto. No se habló de clasificación anticipada, se dijo que un triunfo dejaba al equipo cerca, más no se lo presionó, por el contrario, se le brindó comodidad.

El Tiempo, día después del partido:

El título principal de la primera plana del diario, el sábado 7 de septiembre fue: “¡Un pie en el Mundial! El artículo tenía una bajada que remarcaba que con el triunfo ante Ecuador se aseguró el repechaje, y que si se suma un punto más, se irá directamente al Mundial. La nota que comenzó, seguía después en la sección Deportes. Había otro escrito, también en tapa que rezaba “El sueño de volver a un Mundial” y continuaba en la sección de editorial.

La foto principal de tapa es de jugadores colombianos celebrando el gol del triunfo, bastante emocionados. La imagen estaba ubicada en la parte superior central, tiene 4 columnas de ancho por 20cm de largo.

La sección Deportes fue publicada con seis páginas, una de ellas con solamente publicad, las cinco primeras estaban dedicadas exclusivamente al desarrollo de las eliminatorias al mundial de Sudamérica.

En la crónica principal J. O. Ascencio resaltó principalmente lo sufrido que fue el partido. Las palabras angustia y esperanza fueron las más frecuentes y se destacó

la sentencia de definir a Ecuador como un rival “durísimo”. La conclusión final fue que “Brasil parece un destino fijo” (2013b, p.18).

Gabriel Briceño Fernández, criticó el planteamiento táctico del entrenador argentino, dijo que Ecuador fue más que Colombia hasta antes del gol y la expulsión que sufrieron. Lo que reprochó con mayor énfasis fue el cambio ofensivo que hizo en el medio tiempo, sobre este dijo que arriesgó el triunfo que se estaba obteniendo (2013b, p.18).

Las otras notas publicadas referían a las palabras de los protagonistas. La primera fue una breve sobre la ansiedad que había en el camerino ante una eventual suspensión del partido por la lluvia intensa. La segunda acerca de los testimonios de jugadores, que resaltaron lo difícil del encuentro. Y la última sobre la Selección refería a la historia de angustia de los hinchas, ante la posibilidad de suspensión del partido por lluvia antes del inicio (7 de septiembre de 2013, p.19, p.20).

La columna de opinión, nuevamente a cargo de G. Meluk, no habló del partido lógicamente ganable que había visto en la previa. Apenas y lo mencionó en el cierre casi sin que se notara. “todos sabíamos que no iba a ser fácil, pero que lo lógico era ganar”, escribió para justificar su presagio casi fallido. No quedaron rastros en esta columna de la comparación con comerse un merengue. Explicó gran parte del triunfo en la suerte, criticó abiertamente la forma en como el jugador ecuatoriano marró el penalti y dejó como concepto más fuerte que ya Colombia va al mundial. Planteó que pensar que no se está clasificado es caer en un exceso de rigurosidad (2013b, p.19).

Por otro lado, la editorial del diario comentó sobre cómo el deporte nacional está es un periodo dulce, recordó los grandes triunfos de ese año en ciclismo y atletismo mundial. Contaron que esta selección es un reflejo de cómo vive el colombiano moderno, que se esfuerza sin saltar pasos para triunfar. Y comparó este proceso con los antiguos éxitos de los 90, donde dijeron que la sociedad era diferente y que por eso, tanto jugadores como el país entero no supieron administrar todo ese talento. Resaltaron que a diferencia del pasado, el éxito radica en la diversidad regional unida por un objetivo y no la discriminación regionalista que buscaba imponer una zona con más fuerza por sobre la otra (7 de septiembre de 2013, p.26).

Aquí el mensaje del cubrimiento, planteó las dificultades que representó el triunfo y en algún punto criticó las decisiones del entrenador. Desde la columna de opinión deportiva y desde la editorial, si bien todavía no era un hecho, se habló de clasificación asegurada. El columnista con su estilo agresivo dijo que el que no pensara así era demasiado exigente. Del lado del artículo que firmaba el diario, con los decibeles un poco más bajos, se construyó una nota que de cierta forma unía esta victoria con el resto de éxitos deportivos a nivel mundial que tuvo

Colombia en 2013, por lo que se ascendió a este triunfo a la categoría de clasificación.

El Heraldo, día después del partido:

El sábado 7 de septiembre el título principal de tapa fue: ¡Ya huele a Brasil!. Estuvo acompañado por una foto a todo ancho de página, 6 columnas por 19 cm. Muestra a James y a Falcao festejando el gol del triunfo.

En la sección Sociales publicaron una breve nota, en la cual se contaban las personalidades y famosos que acudieron a ver el partido a Barranquilla. Esta iba acompañada de 8 fotos de diversos tamaños que ocupaban casi toda la página (7 de septiembre de 2013, p.1C).

El apartado deportivo tenía cuatro páginas, con solo un aviso de publicidad. Las tres primeras sobre la selección y un breve espacio en esas tres para un resumen de las eliminatorias. La cuarta fue para deportes varios, con béisbol como destacado.

William González Badillo, por medio de una crónica típica con opinión, contó el partido entre Colombia y Ecuador. Dijo que el combinado nacional no mostró su mejor versión. Sobre el match, manifestó que fue el más reñido que tuvo el equipo hasta el momento. Destacó que el conjunto visitante no vino a esperar, sino que salió en busca del encuentro, de tal modo que incomodaron completamente el planteamiento cafetero. Reveló que el punto de inflexión estuvo en la expulsión del jugador ecuatoriano y la pronta llegada del gol colombiano. Resaltó que pese a las dificultades, el visitante siguió con la presión por anotar. Sobre los cambios de Pékerman, abaló el ingreso de Cuadrado, para tener mayor agresividad, potencia y aprovechar el hombre de más. Pero le reprochó la salida de Aguilar, ya que según él, el caleño era la pieza que equilibraba el sistema. Sostuvo que el final fue un mar de nervios, porque el asedio ecuatoriano terminó por encerrar al equipo en su propia área. Para cerrar dijo que Colombia ya se siente en el Mundial (2013c, p.9C).

En la página siguiente, lo más destacado fueron las reseñas de los dichos del técnico argentino después del choque. Recalaron: que todavía no se sienten clasificados, que para Pékerman Colombia fue valiente, bravo, y asumió el protagonismo, superó las dificultades y ganó bien ante un Ecuador muy difícil que contaba con un ataque peligroso (7 de septiembre de 2013, p.10C).

La otra nota preponderante de la segunda hoja fue el relato de como los presidentes de Colombia y de Ecuador, vivieron el partido por la red social Twitter, describieron cada grito de gol, o replicada que se hicieron los mandatarios. Así

como mostraron las felicitaciones finales de Correa, para Santos y el agradecimiento de gentilezas por parte del colombiano (7 de septiembre de 2013, p.10C).

Las dos notas principales de la tercera página de deportes hablan de la lluvia previa al encuentro. Los inconvenientes que causó en la gente que quería ver el partido en pantallas gigantes que habían sido dispuestas a lo largo de toda la ciudad. Y lo beneficiados que se vieron los bares con la lluvia, que aumentó en más de lo normal la afluencia en sus establecimientos (7 de septiembre de 2013, p.11C).

En la columna de opinión, Manuel Ortega Ponce tituló: “Al Mundial de Brasil vamos porque vamos”. Planteó que los jugadores con su celebración posterior al pitido final del árbitro, dieron a entender que ya se estaba en la copa del mundo, muy a pesar de que todavía falta un punto para estar matemáticamente clasificados. Habló tanto del baile de Pablo Armero, como del júbilo de Yepes y Perea. Recordó que el partido jugado no fue el mejor, dijo que Ecuador, con hombre menos, mereció al menos el empate, y que lo tuvo en pies de Ayoví que marró un penal. Recordó la frase del inicio de eliminatoria donde el ex técnico Álvarez aseguraba que Colombia iba a ir al Mundial. Y sobre Pékerman dijo que supo recoger con éxito los frutos de una generación que se formó en los procesos juveniles de Eduardo Lara y Reinaldo Rueda (2013b, p.10C).

En este ejemplar se mantuvo la cordialidad para con el equipo y con el entrenador. Desde el diario fue más lo que se los resaltó y alabó que lo que se los criticó por tener tantas dificultades para ganar.

Los beneficios económicos para barranquilla, en esta edición no estuvieron tan presentes, sin embargo se publicó una nota donde se contaba que varios establecimientos se vieron favorecidos con la lluvia, ya que mucha gente fue allí para ver el partido. Esto marca que se mantuvo la tendencia de siempre remarcar las cosas que deja a la ciudad que el equipo juegue en la costa.

Uruguay

El Heraldo, día del partido:

En la previa del encuentro contra los charrúas, el martes 10 de septiembre, el diario no dedicó al partido de Colombia, ni foto principal, ni título principal. Durante todo el análisis que se desarrolla en este trabajo, esta es la única tapa, que este periódico no otorga al choque de eliminatorias un papel preponderante en su

primera plana. El espacio, dado en tapa fue un recuadro de 4 columnas por 10 cm de largo, con texto: “Por un punto que nos lleve a Brasil 2014”, con foto de Luis Suarez por un lado y de Radamel Falcao por el otro. (El tema principal fue referente a la elección de la nueva reina del carnaval de la ciudad).

Contrario a lo que se dio en tapa, curiosamente en una sección llamada Tema del Día, en la primera página interior le dedicaron toda la carilla al partido a disputarse en Montevideo. Lo apoyaron en una infografía que tenía fotos de jugadores. William González Badillo, autor de la nota presente en esa página, habló sobre la previa del encuentro. Comenzó diciendo que atrás quedaron las épocas de temores y frustraciones, que si hoy se empata, se va a volver a entrar después de tanto tiempo, a la élite del fútbol mundial y por la puerta grande. Sin embargo, aclaró que será complicado por la necesidad de Uruguay. Contó la actualidad de ambos equipos y cerró la nota, al definir que este era el duelo entre los “dos mejores goleadores del mundo” (2013d, p.2A).

En la siguiente carilla, se mantuvieron los temas referentes al partido a disputarse. Con extensión de media página, había una entrevista a un ex técnico uruguayo que vive en Barranquilla, sobre sus sentimientos encontrados por el duelo de esa tarde (Polo, 2013a, p.3A).

La sección Deportes, tuvo dos páginas y media, la más corta en todo el periodo que se analiza. La primera es sobre las eliminatorias, las restantes son sobre tenis y juegos olímpicos.

La única nota sobre la selección presente en esta sección es sobre las declaraciones del técnico argentino, que dirige la selección colombiana y tiene una extensión de media carilla. Resaltaron, que el DT reveló, que su hija, nacida en Colombia, se la pasaba llorando ante la posibilidad de que su padre clasifique a la selección cafetera después de 16 años. El entrenador aprovechó esto para decir que ella es la primera que tiene que saber que todavía el equipo no ha clasificado al Mundial. Destacaron también que el entrenador dijo que Uruguay iba a ser complicado no solo por su necesidad sino también por la calidad individual de sus jugadores (10 de septiembre de 2013, p.1D).

Este ejemplar del diario no contó con columnas de opinión en la sección deportiva ni con editoriales referentes al partido. Esto, sumado al bajo espacio que se le dio al tema en tapa, y a la brevedad de la sección deportiva, convirtió a esta previa en la de menor cubrimiento.

Lo anterior se puede explicar en que como el partido no se jugaba en barranquilla, la trascendencia dada bajó. También entró en juego que desde el público, por cómo se venían dando los resultados y por los mensajes que se habían dado en

los medios, la clasificación parecía un ya un hecho consumado, lo cual restaba importancia al duelo en Montevideo.

El Tiempo, día después del partido:

El miércoles 11 de septiembre, lo más destacado se encontró en la columna de opinión. Gabriel Meluk realizó una comparación entre los partidos contra Uruguay y Ecuador. Sostuvo que contra los charrúas se hizo todo bien, y de repente, en un parpadeo, se perdió. Mientras que contra los ecuatorianos, se jugó mal, se hicieron mal los cambios y casi por “obra de la virgen” se consiguió el triunfo. Él reflexionó: “yo sí me quedo con todo eso tan malo y ganar que ‘mejorar y perder’”. Siguió mencionando las contradicciones del fútbol al decir que Yepes y Perea que jugaron un buen partido, fueron responsables de los goles charrúas, y que Medina que es un buen prospecto, se comió un baile terrible. Cerró diciendo con dejo de ironía que la selección Colombia irá directamente a la copa del mundo por esos partidos en que jugó tan mal y ganó (2013c).

El mensaje de esta edición coincidió en varios puntos con los planteos iniciales de la columna de Meluk, desde el diario se habló de una presentación relativamente buena, bastante sólida que se desplomó ante dos fallos colombianos, que fueron magistralmente concretados por la eficiente delantera charrúa. El periódico apuntó a que el panorama sigue igual y que se tiene la clasificación en las manos.

El Heraldo, día después del partido:

El miércoles 11 de septiembre la tapa fue la foto de dos jugadores que disputan el balón, de 4 columnas por 12 cm. Titularon: “Se aplaza la clasificación”. Las bajadas fueron, “Colombia pierde 2-0 ante Uruguay, pero sigue en segundo lugar” y “El 11 de octubre la amarilla recibirá a Chile en Barranquilla”.

La primera página de adentro, en la sección Tema del Día, Carlos Polo contó cómo se vivió en la ciudad de Barranquilla el partido de la selección nacional. Dijo que la torrencial lluvia que cayó en la capital del atlántico, impidió que la afluencia en los bares y estaderos fuera grande. Ponderó sin embargo, lo incansable que es la afición costeña. Reveló que en muchos casos, el optimismo de los aficionados se transformó en celebraciones con “baile y fervor desbordado” por una clasificación que al final no se consiguió. Sobre el partido, dijo que en el inicio Colombia a pesar de estar tímida, mostró chispazos de buen fútbol. La derrota se la atribuyó a desconcentraciones de los centrales que según el autor, venían haciendo un buen partido. Al final, recordó que lo más importante es que la selección todavía depende de sí misma y resaltó que es incluso mejor, tener la oportunidad de celebrar la esquivada clasificación después de un encuentro que se dispute en Barranquilla (Polo, 2013b, p.2A).

“La región Caribe alentó a la Selección y sufrió con la derrota” y “Una fiesta tricolor que quedó aplazada”, fueron los titulares de las notas que al igual a la referente a Barranquilla, contaron las preparaciones que tenían en las diferentes ciudades de la costa, ante una eventual clasificación. Y que más adelante narraron como se vivió la derrota en esos lugares (11 de septiembre de 2013, p.2A-3A).

La sección Deportes contó con cuatro páginas, las tres primeras sobre las eliminatorias al Mundial, (la mitad sobre el seleccionado nacional y el resto sobre los otros partidos). En la cuarta la temática giró en torno al beisbol, fútbol juvenil y Comité Olímpico Internacional.

La crónica de los sucesos del partido resumió las acciones con la bajada: “cinco minutos de desconcentración fueron suficientes para que la tricolor perdiera la valiosa oportunidad de clasificar...”. Contaron que Colombia, desde el inicio, salió a buscar el partido. Esta actitud, molestó a los uruguayos, que ante tanta presión, optaron por refugiarse en las cercanías de su área. Remarcaron que los cafeteros contaron con chances de gol, sin embargo ninguna pudo ser concretada y esto lo sufrió en la segunda etapa. Ponderaron los cambios del Maestro Tabárez, con los que la celeste mejoró y generó peligro en la portería colombiana. Cuadrado y Medina fueron sindicados como responsables de los goles charrúas. El autor calificó los fallos como infantiles e ingenuos y dijo que Colombia pagó caro su desconcentración. Para cerrar dijo que sólo queda alcanzar la clasificación dentro de un mes en Barranquilla (11 de septiembre de 2013, p.1D).

En la segunda página del apartado deportivo publicaron una nota sobre las declaraciones del técnico Pékerman, allí destacaron que este sostuvo que ambos equipos estuvieron a la altura, que Colombia hizo las cosas bien y que Uruguay mereció el triunfo por la entrega. También remarcaron que dijo que su equipo fue a buscar el resultado que le diera la clasificación sin mirar las matemáticas, y sentenció que no había excusas por no haberlo conseguido (11 de septiembre de 2013, p.2D).

Sobre los rivales informaron en la misma página los testimonios del estratega uruguayo, que elogió a su equipo, “tiene carácter y jerarquía” alabó que sus dirigidos pudieron reponerse a la adversidad, de no contar con cuatro de sus jugadores titulares, para vencer a la que según él, es una de las mejores selecciones de la eliminatoria (11 de septiembre de 2013, p.2D).

La columna de opinión de Manuel Ortega comenzó con la sentencia de que la eliminatoria sudamericana es la más difícil del mundo, y que es justamente por esto que Colombia a pesar de jugar muy bien como visitante, perdió el partido. Para él, dos errores permitieron que la celeste, que tenía un mal partido, sacara adelante el triunfo. Dijo que la tricolor tuvo intensidad, mientras que Uruguay fue solamente garra. Sobre el técnico Pékerman manifestó que le aportó al equipo el

valor de poder jugar ante cualquier adversario sin ningún tipo de complejos. Sin embargo, le criticó la inclusión de dos jugadores (Medina y cuadrado), pero aclaró que él no pertenece al grupo de periodistas que van en contra de la campaña del seleccionador; y de paso advirtió que esta será la ocasión perfecta para que los enemigos del argentino, escriban en su contra (2013c, p.2D).

En esta edición, el cubrimiento aumentó muchísimo con respecto a la previa del partido. La expectativa de anunciar que la clasificación definitiva se podía dar en Barranquilla, llevó a que el espacio de las eliminatorias aumentara considerablemente.

Justamente, los principales títulos y el mensaje más repetido apuntaba a preparar una celebración por entrar al Mundial, después de un partido que se de en Barranquilla. Esto, más que nunca, puso en evidencia la forma en como este medio cubría al seleccionado, la noticia de una derrota de visitante se convirtió en la oportunidad de celebración en casa.

Así mismo, en la parte deportiva, el trato para con los jugadores y el cuerpo técnico se mantuvo. Después de perder no llegaron abundantes críticas ni presiones por resultados, sino que por el contrario, se habló de buen partido y se explicó la derrota en desconcentraciones puntuales que arruinaron un gran trabajo.

En particular destaca la columna de opinión, en la cual lo primero que hace es justificar la caída al remarcar que esta es una eliminatoria difícil. En el mismo artículo, antes de criticar al cuerpo técnico, mencionó todas las cosas buenas que este le había aportado al equipo y después de reprocharle algunas cosas, dejó en claro que este medio no hacia parte de los que tenían una campaña en contra del entrenador. En general, se buscó que las críticas cayeran bien, y que el equipo no sintiera que desde el medio barranquillero se estaba creando un clima que les generara una incomodidad.

Chile

El Tiempo, día del partido:

La Tapa del viernes 11 de octubre tituló: “¡A asegurar la clasificación!”. La bajada rezó: “una generación de colombianos no sabe qué es celebrar la clasificación al Mundial de mayores. Hoy, ante Chile, puede ser el día. Colombia unida”. Foto de 5 columnas por 16 cm de todos los jugadores unidos en un círculo abrazándose en un entrenamiento previo a al partido, acompañó el titular.

La sección regional abrió con las disposiciones distritales para la celebración de una hipotética clasificación. Se informó en la nota sobre los dispositivos de seguridad, las alertas en los hospitales y el decreto de tarde cívica en la urbe (Herrera Delghams, 2013, p.22).

La unidad de deportes dispuso de cuatro páginas. No todas ellas estaban dedicadas a las eliminatorias, también incluyeron a la serie mundial del béisbol de los Estados Unidos, baloncesto y tenis. En las primeras carillas tenían grandes infografías de estadísticas previas que juntas ocupaban media página completamente.

Con un título a dos páginas (11 columnas), Pablo Romero escribió sobre la posibilidad que tienen los jugadores de hacer vibrar a millones de colombianos devolviéndoles una alegría Mundial después de 16 años. Allí cerró al resaltar la actitud de los futbolistas porque a pesar de la gran responsabilidad que tienen, se muestran cautos y humildes y no se dejan llevar por la emoción popular (2013, p.18).

En la siguiente carilla, Gabriel Briceño explicó las virtudes y defectos de los chilenos, de los cuales dijo que tiene un ataque temible y una defensa endeble. Por último dejó en claro que los australes vienen por una victoria que los mande directamente a Brasil y no van a especular con un eventual empate, que también los dejaría con buenas posibilidades (2013c, p.19).

Gabriel Meluk, se mostró alejado de su columna posterior al partido contra Ecuador, en la cual manifestó que pensar que no se estaba clasificado era un exceso de rigor. En su texto de opinión del 11 de octubre, previo al partido contra los australes, el columnista pidió por una confirmación de la clasificación inmediata, en sus palabras “quiere salir de esto ya”. Recordó que a Colombia le “ha pasado cosas increíbles y tan dolorosas y tan traumáticas”, dijo también que autoriza a que lo tilden de cobarde, pero que él “firma el empate y si perdemos y pasamos con el triunfo de Ecuador o Uruguay, igual celebraré como si hubiéramos goleado” (2013d, p.22).

En esta edición el mensaje fue más que todo de cautela ante el potencial de Chile, se aclaró que los rivales tenían un triunfo como meta y que esto complicaría a Colombia. Incluso, el columnista Meluk bajó su agresividad característica ante la latente posibilidad de no conseguir un triunfo esa noche, su escrito apuntó netamente a conseguir de manera definitiva una entrada al Mundial, que antes había catalogado como segura. Aquí claramente se pidió por la clasificación y se distinguió que las formas no importaban con tal de entrar, evidenciando nuevamente una forma de presión por la consecución del objetivo.

El Herald, día del partido:

El título principal de tapa del viernes 11 de octubre fue: “¡Vamos con todo Colombia!; usaron una tipografía que ocupó todo el ancho (6 columnas) por 7cm de largo. La foto que estaba debajo del enunciado era una superposición de 4 jugadores cafeteros celebrando un tanto; ocupaba 4 columnas por 16 cm.

La sección Locales dedicó en tres carillas de su apartado enteramente a noticias relacionados con la selección o con la organización del partido. La principal noticia refirió el creciente robo de camisetas de la selección a los comercios, para después venderlas ilegalmente. Se habla que las pérdidas fueron de 135 millones de pesos colombianos (75.000 dólares) por el hurto de 1.500 camisetas a comercios legales. Explicaron también varios operativos donde se recuperaron y decomisaron mercancías de contrabando, referentes al equipo de fútbol (11 de octubre, 2013, p.3A).

Aviso referido a la marca que viste a la selección (Adidas), en el cual pidió disculpas por un mensaje que según ellos se filtró en su cuenta oficial de Twitter. Este decía: “Si no les gusta la #nuevacamiseta de la @FCFSeleccionCOL pues no la compren manada de descerebrados... #Colombia está llena de criticones”. Los directivos culparon a un hacker y dijeron que esto no representaba la opinión de la marca (11 de octubre, 2013, p.3A). En la misma página revelaron las medidas de seguridad especiales que se tomarán por la visita del presidente Santos en el partido de esa noche (11 de octubre, 2013, p.3A).

El folio siguiente contó con una nota de amplio espacio sobre los 1.500 hinchas chilenos que visitaron a Barranquilla por esos días (Polo, 2013c, p.4A). Otra sobre la presentación de un nuevo patrocinador oficial de la tricolor, se trató del producto: Café Mi Selección, de la empresa Café Devotion. La nota tenía 6 columnas por 14 cm, y en medio de ella estaba una foto de la ceremonia con el presidente de la federación y los directivos de la empresa que tiene contrato publicitario. Para combinar publicidad con deporte, se destacó en el texto los pálpitos de los dirigentes para el partido de esa noche (11 de octubre, 2013, p.4A).

Kenji Doku firmó las dos últimas notas que la sección Locales le dedicó al encuentro. Ambas fueron sobre el operativo policial para custodiar el evento deportivo dentro y fuera del estadio (11 de octubre, 2013, p.5A).

La sección deportiva constaba de cuatro páginas, de las cuales, las dos primeras eran sobre la selección Colombia. La tercera, la mitad era para el resto de las clasificatorias y la otra mitad para noticias del fútbol local. La cuarta habla de otros deportes y la columna de opinión no habla sobre el fútbol sino sobre el boxeo.

William González Badillo, hizo una crónica sobre la previa del partido en la cual denominó al encuentro como una “cita sagrada con la historia”. Les dio a los jugadores el título de héroes y contó los posibles resultados para alcanzar una clasificación anticipada. Habló de la formación propia y de la del rival (2013e, p.1D). En la misma carilla publicaron una nota sobre Aldo Leao Ramírez, en la que resaltaron en hecho de que sea oriundo de la costa, hablaron de su presente en su equipo y de la importancia de su juego en la selección (11 de octubre, 2013, p.1D).

En la segunda página recogieron los dichos de la conferencia de prensa de Pékerman. Resaltaron que se mostró confiado, que él dijo creer que esa noche conseguirían la clasificación. El entrenador alabó a su equipo y ponderó su capacidad para adaptarse a diferentes sistemas de juego. Del mismo modo destacó el poderío ofensivo de las estrellas chilenas, a las cuales catalogó de “fenómenos” (González Badillo, 2013f, p.2D).

En la sección de opinión, tenían tres artículos dedicados al onceno nacional. El primero, que era la Editorial del Diario, definió a Barranquilla, sede del partido, como “la capital emocional del país”. Contó que la relación entre la Selección y la arenosa, por lo general ha sido exitosa ya que siendo sede, Colombia fue a tres mundiales. Alabó también el crecimiento de la ciudad, y el desarrollo tanto administrativo como de hoteles, restaurantes y bares para albergar “grandes eventos de toda índole”. Y sentenció que por todos estos factores, sumados a la hospitalidad de los barranquilleros, no existe mejor ciudad para ser “La casa de la Selección” (11 de octubre, 2013, p.4B).

La segunda columna de Alberto Martínez M, es una recopilación de testimonios de personajes del fútbol, tanto entrenadores como jugadores (2013b, p.5B). El autor los combina de tal forma que parece un mensaje escrito, con dedicatoria a los jugadores de la selección. Es más un trabajo poético que un mensaje editorial.

Humberto Mendieta, firmó columna fuerte en la cual defiende a Barranquilla como la sede de Colombia en las eliminatorias. Sostuvo que ni siquiera esos periodistas que piensan que “Bogotá es el ombligo del mundo” pueden negar que la selección pertenezca a Barranquilla. Enumeró razones para fundamentar su teoría como que: las recaudaciones taquilleras siempre son importantísimas; la calidez y simpatía de la gente; la ubicación en la Costa Caribe permite dar un atractivo turístico; y descentraliza al país. Por último relató, con orgullo, que hasta el día que la lluvia rompió todos los records, y ya muchos se quejaban del estadio barranquillero, el campo demostró estar en perfectas condiciones y drenó tan pronto las realidades climáticas cedieron.

Esta edición vino acompañada de la revista SI. Esta tenía en portada la foto de un enfrentamiento anterior entre cafeteros y australes. El título fue: “Colombia vs.

Chile ¡un partido definitivo!”. Esta publicación de 23 páginas contó con diversos contenidos y estuvo altamente cargada de publicidad. El 80% de los avisos fueron referentes a bares o establecimientos que transmitían los partidos de Colombia. Sobre el oncenso tricolor, solo tiene una nota pequeña la cual tituló: “El último esfuerzo para clasificar”, ahí se habló de los posibles resultados para adelantar la calificación o de las opciones si se pierde, aseguraron que las condiciones estaban dadas para volver al mundial y alabaron el buen rendimiento de los futbolistas (Pabón, 2013a, p.12).

Además de la revista, el ejemplar del diario trajo un suplemento exclusivo del partido a disputarse ese día. La portada con foto en grande de Falcao y Teo Gutiérrez (jugadores actuales de la selección), y en ambos costados fotos más chicas de jugadores históricos del combinado nacional. Con título: ¡Fuerza Colombia!, el interior contó notas deportivas en una cara y publicidad generalmente relacionada en la otra, es decir, mitad patrocinio, mitad periodismo.

Las notas, estaban divididas en dos segmentos. En el primero, la apertura realizó un recorrido del proceso previo a la eliminatoria, y del recorrido en todas las fechas de esta, que hizo la selección nacional. Después un recuento de las cuatro eliminatorias que llevaron a Colombia al Mundial (Chile 62, Italia90, EEUU 94, y Francia 98). La tercera fue sobre el espíritu del hincha de la selección Colombia. Posteriormente se habló de los dispositivos de seguridad especiales que programaron para el partido, las formas para llegar al estadio entre otras notas logísticas. Sobre el rival publicaron una nota sobre la levantada chilena en las eliminatorias con la llegada del nuevo técnico, Jorge Sampaoli (11 de octubre de 2013, p.2, p.4, p.8, p.12, p.14).

La segunda parte del suplemento inició con los sacrificios de los aficionados para conseguir una entrada, las largas filas y los altos precios de hasta un 400% de ganancia que maneja el negocio de la reventa. Después siguieron notas sobre futbolistas, testimonios de los jugadores y un artículo que reveló las experiencias de los dos centrales que cargaron con varios procesos frustrados en eliminatorias y ya daban por hecho que cumplirán su sueño de clasificarse, esa noche. La última fue una nota de color, que contó como muchos chilenos que viven en Colombia prefieren no entrar en discordia y quieren que a ambas selecciones les vaya bien en el partido (11 de octubre de 2013, p.16, p.18, p.20, p.22).

Este ejemplar, tuvo como idea central la defensa de Barranquilla como sede de los partidos de eliminatoria. Nuevamente la editorial principal del diario fue dedicada para este tema y allí se explicó por qué la ciudad es la única que merece ser la casa de la selección, no solo con razones deportivas sino también con argumentos emocionales y económicos. Por si fuera poco, otra de las columnas de opinión tenía la misma temática y estaba orientada en el mismo sentido, desde El Heraldo

se buscaba sostener la plaza como lugar de los partidos y para esto no se escatimo en construir artículos que defendieran esta causa.

En esa edición, como en todos los partidos de local, el cubrimiento fue bastante amplio. Varias secciones incluyeron el tema deportivo y dejaron una vez más, muy en claro, que este tipo de eventos cambian el mapa noticioso de la urbe. Del lado futbolístico, se habló muy por encima de la posibilidad de la clasificación, curiosamente el despliegue en esta sección fue el más escueto (de todos modos, era considerable). Y sobre el equipo, lo que más se profundizó fueron los dichos del entrenador que no eran más que elogios para con sus dirigidos, en este aspecto la propensión de generar comodidad no cambió.

El Heraldo, día después del partido:

La primera plana del 12 de octubre tuvo un formato completamente cambiado, con el motivo de la clasificación. Arriba del nombre del periódico había un título con motivos de las banderas de Colombia y Brasil que rezaba: “Colombia de Regreso a un Mundial”. Tenía un formato de doble tapa; es decir que la portada superior (toda la primera hoja, por lado y lado) era solamente de publicidad y en la siguiente hoja comenzaba la tapa regular, con las noticias del diario.

El tema publicitario era de Almacenes Éxito, promocionando sus ofertas con un tema que decía: fiebre mundialista. En la tapa propiamente dicha, se mantuvo el formato con el anuncio del regreso al mundial encima del nombre del periódico y tituló a todo ancho de página por 8 cm, con una letra muy grande: “Sublime”. La foto principal, en la parte superior, a 6 columnas por 13 cm, fue de los jugadores colombianos celebrando el gol del empate. Tres cuartos de la portada fueron dedicados a bajadas, títulos y fotos relacionadas con la selección nacional. Solo tres noticias acompañaron al tema de la clasificación y su despliegue se dio en el último cuarto de la página inicial.

La sección Locales en la primera página puso una tapa de recuerdo a la primera clasificación de Colombia a un Mundial. Esta ocupaba toda la carilla y tenía una bajada que describía el episodio.

La segunda página, titulaba: “Un agónico empate prende a Barranquilla”. Va acompañada de ocho fotos pequeñas que muestran a hinchas celebrando en las diferentes ciudades de la costa, y una foto grande que mostraba un río de personas que festejaban en la calle de la fiesta de Barranquilla. En su texto, Carlos A Sourdís Pinedo narró las celebraciones vividas en la ciudad por el empate agónico y la clasificación al Mundial. Contó que el diario “El Mercurio” de Chile, alcanzó a publicar con un titular que anunciaba la victoria austral en tierras cafeteras. Después de mofarse del error periodístico, relató cómo se vivieron los

hinchas la celebración de ir después de 16 años a un Mundial. Habló de bailes, gritos, caravanas, desfiles, entre otras cosas. Cerró con testimonios de los aficionados, unos que decían que la selección iba a ganar el Mundial y otros que decían que no les agradaba entrar a la copa de mundo con un empate (2013, p.3A).

En la continuación del cubrimiento, otro artículo contó que esta clasificación al Mundial será recordada por un partido en el que pasó de todo, “optimismo desmedido, la tristeza, la decepción, la esperanza y por último el júbilo y la gloria”. Carlos Polo Brevemente relató el partido, valiéndose de testimonios de aficionados para comentar cada pormenor del encuentro. Entre los testimonios se destaca: “Nojoda todos los goles han venido por el lado del carebuja ese del Nacional. Ese es el primero que tienen que sacar”. Pidió por los cambios que finalmente hizo Pékerman y después contó todos los alientos al momento en que Falcao tuvo que enfrentar al arquero Bravo, en los penales que derivaron en el empate cafetero (Polo, 2013d, p.4A).

En la última nota de Locales, Rafael Pabón narró la salida de los aficionados de la cancha, contó que por la celebraciones y porque muchos espectadores querían saludar a los jugadores cuando salieran, el caos vehicular se extendió por más de dos horas (2013b, p.5A).

La sección Economía publicó nota que explicó que cada vez que juega Colombia en la arenosa, el capital local se mueve al ritmo del fútbol. Tomaron un estudio de Cámara de Comercio, el cual dice que en cada partido le quedan a la ciudad 5,3 millones de dólares. Esta cifra pertenece en un 46% a la boletería, 42% en alimentos y transporte y 12% en hospedaje. Este estudio solo incluyó los gastos de las personas que van al estadio; si a esta cifra se le sumara los consumos de las personas que no van, pero consumen mercancías relacionadas con el partido como, camisetas, licores, alimentos, etc. la cifra por partido alcanza los 11,6 millones de dólares cada vez que Colombia es local en Barranquilla. También se agregó que en épocas de partido la ocupación hotelera alcanza el 100% y que sectores como el de alimentos o el comercio, aumentan sus ventas entre un 30 y 40% (12 de octubre de 2013, p.2B).

En cuanto a política, dos notas ocupan la mayor parte de la sección. Estas contaron la agenda del presidente Santos en Barranquilla. La primera habló de un programa que ayuda a adultos mayores, en todas las fotos aparece con la camiseta de la selección y al evento también fue invitado el presidente de la federación colombiana de Fútbol, Luis Bedoya (De la Cruz, 2013, p.3B). La segunda, hace referencia a un almuerzo (mencionan y alaban al restaurante) que tuvo el mandatario con unos dirigentes políticos de la región. Este último también mezcló testimonios de cómo los hinchas de la selección percibieron este

encuentro, y revelaron que entre los temas que trataron, más allá de acuerdo de política, se habló del partido entre Colombia y Chile (12 de octubre de 2013, p.3B).

En la sección Tendencias también entró el amplio cubrimiento a la clasificación de Colombia en el Mundial. La página de este apartado muestra por medio de quince fotos pequeñas, las diferentes celebridades que fueron a ver el partido de la tricolor (12 de octubre de 2013, p.1C).

La sección Puntos de Vista contó con 3 artículos y una caricatura referentes a la selección. La editorial del diario abrió su texto al decir que lo que ocurrió en estadio no fue un simple partido de fútbol, dijeron que lo que sucedió fue una “maravillosa historia épica que quedará grabada en la memoria de millones de colombianos...”, empiezan a relatar el partido diciendo que en la previa se vivía un ambiente de euforia. Sin embargo, con los goles chilenos, los ojos de los aficionados cafeteros se fueron al partido entre Ecuador y Uruguay, ya que si había un ganador en ese encuentro, la selección nacional clasificaría a pesar de la derrota. Justamente en el peor momento de Colombia, Ecuador a kilómetros de distancia y dirigida por un técnico colombiano, le estaba dando el pase al Mundial. Pero después contaron que como por arte de magia, los dirigidos por Pékerman escaparon de un hechizo colectivo y reaccionaron con más ímpetu que buen fútbol. Resaltaron que con la ayuda del barranquillero Teo, y del samario Falcao, se consiguió el “prodigio de conducir a Colombia a un mundial después de 16 largos años de ausencia”. Cerraron al decir que “una vez más, barranquilla actuó como un talismán” para la selección; y sentenciaron: “a nadie le debe quedar, a partir de ahora, la menor duda de por qué la Arenosa merece llevar el honroso título de la “casa de la Selección” (12 de octubre de 2013, p.4B).

Gonzalo Fuenmayor, escribió la segunda columna, la cual plantea que según la ¹Organización Mundial de Alfabetización Futbolística, Colombia es un país con altos conocimientos de este deporte, sostiene que el 91% de sus habitantes dominan con facilidad, conocimientos avanzados sobre el balompié. El autor soportó que el aumentó en el país por la afición del fútbol proviene, de la época en que el entonces presidente, Belisario Betancourt, decidió renunciar a albergar el Mundial de 1986 en Colombia. Según el autor, esta frustración derivó en el aumento de la afición por el fútbol y ahí encuentra la explicación a este alto nivel de conocimientos futbolísticos que se da en Colombia. Cerró la nota al platear que no sabe en qué momento, el fútbol se convirtió en la herramienta que calma a una nación llena de tragedias e injusticias, pero que como fue aquel presidente el

¹ La Organización Mundial de Alfabetización Futbolística, es una institución inexistente que el autor inventó para burlarse con tono irónico de la creciente pasión por el fútbol que se vive en Colombia. Esta información me fue confirmada por el columnista que escribió esta nota a través de un correo electrónico.

responsable de aumentar el fanatismo, entonces él pide que la clasificación sea en honor a Belisario (Fuenmayor, 2013, p.4B).

En una columna que se diferencia de toda la línea del periódico, Alfredo Sabbagh critica el hecho de que Barranquilla sea sede de los partidos eliminatorios. Comenzó al aclarar que eso de: la "fiesta"; la "casa de la selección"; y "el país necesitaba ese tipo de noticias", es un cliché. Contó que la verdadera elección como plaza colombiana en las eliminatorias, se debe a una importante exención de impuestos, que el ofreció la alcaldía a la federación. Dice sin embargo, que esta prisa tributaria, derivó en múltiples ingresos para la ciudad, que la hicieron parte de un "enorme y millonario negocio". Pero al autor no le gusta que el discurso sea que todo es una fiesta para el pueblo barranquillero. Él dice que la gran mayoría de entradas son reservadas para visitantes provenientes fuera. Los grandes beneficiados: sector turístico, hotelero, restaurantes, transportadores, aerolíneas, centro comerciales, prestadores de servicios y medios de comunicación; no quedarían satisfechos si la boletería para el partido se quedara en manos de los barranquilleros. Por esto pide que no traigan un discurso falso, no escondan lo evidente y sean claros con los locales.

La sección Deportes tuvo cuatro páginas, todas ellas dedicadas a las eliminatorias sudamericanas. De estas, solo la franja inferior de la cuarta página no hizo referencia al partido del combinado patrio.

William González Badillo hizo una crónica del duelo contra Chile. Por primera vez, en todas las notas del día en el diario, el autor comenzó celebrando la clasificación al Mundial, por encima del importante y sufrido empate. Calificó a la clasificación como apoteósica, épica, grandiosa, dijo que el equipo hizo esto por la puerta grande y superando muchos miedos del pasado que le dan un toque de jerarquía a su fútbol. Sostuvo que al igual que en la generación dorada de los 90, este equipo pudo darle la alegría a un país que lo necesitaba. Sobre el encuentro dijo que Chile salió con la clara misión de llevarse los tres puntos para Santiago y que con un fútbol rápido y efectivo encabezado por Arturo Vida y Alexis Sánchez logró sacar tres goles de ventaja en el primer tiempo. Ahí criticó errores en defensa de Medina, Yepes y Perea. Alabó los cambios de Pékerman en el segundo tiempo, dijo que le dieron pausa, manejo de pelota y claridad ofensiva. Resaltó los trabajos de James Rodríguez, Macnelly Torres y Freddy Guarín, de los cuales dijo que desquiciaron a la selección austral. Narró cómo llegó el empate, la importancia que tuvo la afición barranquillera y cerró agradeciendo a por la clasificación (González Badillo, 2013g, p.1D).

Después Rosember Anaya Ramírez, narró la celebración de los jugadores una vez finalizó el partido. Contó cómo lo vivieron, y de qué manera expresaron su alegría los integrantes del combinado nacional (2013b, p.2D). Por último, describió escenas que se vivieron en el estadio. En la carilla siguiente habían notas breves

acompañadas de fotos, que contaban los equipos y las campañas de las selecciones nacionales que fueron a un Mundial (12 de octubre de 2013, p.3D).

Posteriormente apareció una nota en la que recogieron los testimonios del técnico de Colombia y de la estrella Radamel Falcao. Resaltaron que el entrenador se mostró orgulloso de sus dirigidos, habló de un partido maravilloso y dijo que pocas veces vio en el fútbol un duelo como el de la noche anterior. Por su parte el ariete del Mónaco dijo que no podían irse de Barranquilla con una derrota, menos después de todo lo que habían hecho en esa ciudad, dijo que merecían despedirse de otra manera y que para eso en el entretiempo se propusieron cambiar la actitud y vencer los pensamientos adversos (12 de octubre de 2013, p.4D).

Del lado chileno, escribieron artículo que reúne las declaraciones del técnico de Chile, Jorge Sampaoli, el cual calificó la actuación del árbitro como mediocre, dijo que la temperatura no les afectó, que la expulsión fue condicionante y que a partir de eso Colombia encontró los espacios. Destacaron que el DT confesó que se iba molesto por cómo se terminó dando el resultado, ya que ellos fueron a buscar el partido en un escenario lleno de tensión y lograron hacer ver mal, a un equipo que era imbatible cómo local y sin embargo se van casi con las manos vacías (12 de octubre de 2013, p.4D).

En la columna de opinión del apartado deportivo Manuel Ortega, dijo que en el primer tiempo Chile se fue ganado bien, 0-3, y que el resultado puede ser incluso mayor. Marcó que Colombia no había dado pie con bola en toda la primera etapa. Criticó el planteamiento de Pékerman, que según el autor, se le dio por “inventar” en el partido menos indicado y se mantenía impávido, mientras Chile destrozaba a su equipo. Otro de los responsables para el columnista fue Stefan Medina, que según él sintió el mismo miedo escénico del juego contra Uruguay. Después de reconoció al técnico argentino que acertó en los cambios, dijo que los ingresos de Guarín y Macnelly electrizaron al resto de sus compañeros y derivaron en la remontada histórica. No mencionó la expulsión del jugador chileno, ni habló de la actuación del árbitro. Y cerró sentenciado que dieciséis años después, de la mano de Pékerman, que supo sacarle provecho a una generación brillante y pudo sortear los intentos desestabilizadores de los enemigos del proceso, Colombia volvió a un Mundial (2013d, p.2D).

Esta edición fue la de mayor cubrimiento en todo el trabajo, contó con participación de todas las secciones en el aspecto de las eliminatorias.

Por primera vez, curiosamente el día después de la clasificación en Barranquilla, no hubo un artículo dirigido exclusivamente a la defensa de la sede. De todos modos, varias notas enumeraban los beneficios como de costumbre, por

mencionar un ejemplo, la económica se basó en cuanto plata entraba a la ciudad con cada partido.

La editorial, esta vez se la dedicó a remarcar lo sufrido y emocionante que fue el partido, solo al final se mencionó la temática de la casa de la selección. Cabe señalar también, la publicación de una columna que crítica los mensajes con los que llega la selección a Barranquilla, pero allí se aclara que le trae mucha plata. Todo esto, mantiene la idea de darle a Barranquilla un papel importante en la clasificación y de otorgarle a la presencia de la selección un papel importante en la vida de la ciudad.

En la parte deportiva, se alabó y agradeció la clasificación, se obvió comentar sobre el desempeño arbitral, ni por bueno ni por malo y se habló maravillas del equipo. Cuando se criticó a Pékerman, se mantuvo el estilo de primero enumerar las cosas buenas y después de reprochar, aclarar que no se hace parte del grupo de periodistas que intentan desestabilizarlo. Por lo que se sigue percibiendo la intención de brindar la mayor comodidad posible.

Paraguay

El Tiempo, día del partido:

El martes 15 de octubre la sección deportiva contó con cuatro páginas, no exclusivas de las clasificatorias. Las tres primeras hablaban de las sudamericanas y tenían una infografía referente. También entraron básquetbol de la liga nacional, tenis, ciclismo y la cobertura de la serie mundial del beisbol de los Estados Unidos.

La crónica principal resaltó la importancia de un eventual triunfo que derivaría en ser cabeza de serie para un mundial. Celebró la decisión de la FIFA, de poner su ranking como ente para definir a los cabezas de grupos, ya que esto le da un picante especial a la última fecha de eliminatorias. También contó la estadística favorable de las últimas tres presentaciones cafeteras en territorio guaraní, pero también recordó que siempre que se ganó allí, se terminó con finales tristes por no conseguir la clasificación a la copa del mundo (Ascencio, 2013c, p.18).

Sobre la actualidad del equipo se publicaron cuatro artículos. El primero reseñó los pensamientos del DT argentino Pékerman, contó que por primera vez dijo antes de un partido el onceno titular, que no adelantó ningún convocado para el Mundial, ni tampoco respondió si iba a continuar al mando de la selección después de la cita orbital, ni si se va a nacionalizar colombiano (15 de octubre de 2013, p.19).

La segunda y tercera fueron notas independientes tanto de Macnelly Torres como de Jackson Martínez, en las que ambos manifestaron sentirse alagados por el anuncio de que van a ser titulares ante el conjunto guaraní, ambos resaltaron la importancia de la oportunidad, tanto para ser cabezas de serie, como para ganarse un puesto en la nómina que va para Brasil (15 de octubre de 2013, p.19). Por último, el artículo que analizó las seis modificaciones que anunció el DT nacional para el encuentro de esa noche, dijeron que es una gran oportunidad para probarlos y que es importante que se ganen la confianza del seleccionador (15 de octubre de 2013, p.19).

La columna de opinión de Pablo Romero planteó que el partido contra Paraguay, si bien es oficial, debe ser tomado por Pékerman como la primera prueba de cara a Brasil 2014. Para el autor, se debe testear a los jugadores que no han tenido tantas chances para ver que tanto pueden rendir. Él tampoco olvida la categoría de ser cabeza de serie, pero le resta importancia, al catalogarla de “prioridad obsesiva” y sostuvo que prima más el diseño de lo que se quiere tener en tierras cariocas (2013b, p.18).

Con la entrada a Brasil consumada, el mensaje que se traía desde el medio, sobre la consecución de la clasificación anticipada se dispersó por completo. A partir de esto, el cubrimiento, que fue netamente deportivo, quedó orientado a los preparativos de cara a la copa del Mundo.

El Herald, día del partido:

El partido tiene la foto principal de la tapa del 15 de octubre de 2013, más no el título principal. La imagen a tres columnas por 20 cm, tiene a Teófilo, a Macnelly, a Cuadrado y decía: “Seis cambios contra Paraguay”.

La sección Deportes se publicó con cuatro páginas, las tres primeras sobre las eliminatorias al mundial, dos de ellas sobre las clasificatorias sudamericanas y solo la primera fue dedicada a la selección nacional. La última página hablaba de beisbol, tenis y hockey).

La crónica principal fue sobre de la previa del partido a disputarse en Asunción. Esta contó que Colombia, que llegaba con la clasificación ya asegurada, iba a enfrentar el juego con la mente puesta en un triunfo que la dejara como cabeza de serie en el Mundial (15 de octubre de 2013, p.1D)..

La segunda y última nota que se publicó en el diario, referente al combinado tricolor, recogió los testimonios del entrenador argentino al servicio de la Federación Colombiana de Fútbol, en la previa al partido contra los guaraníes. Allí destacaron que el técnico, por primera vez, adelantó la formación con la que

enfrentará el último encuentro. También remarcaron que dijo que su decisión sobre nacionalizarse colombiano o seguir dirigiendo la selección ya estaba tomada, y que esto se sabrá en su momento y lo hará en silencio. Marcaron los dichos en los que revelaba que Colombia era el único seleccionado, al que él podría dirigir aparte de la Argentina; él dijo que había cerrado su etapa de selecciones, pero cuando le hicieron el llamado cafetero, sintió por su hija y por su pasado, un compromiso por ayudarlos a clasificar. Por último señalaron que el DT confesó que las dificultades en el partido contra Chile no le fueron extrañas ya que este era un rival con siete años de trabajo y esto le da mucha fuerza (15 de octubre de 2013, p.1D).

Al igual que su par bogotano, con la clasificación ya conseguida y sumado a que el partido no era en Barranquilla, el breve cubrimiento que hubo se limitó a lo estrictamente deportivo y como de costumbre el realce al técnico Pékerman estuvo presente.

El Tiempo, día después del partido:

Miércoles 16 de octubre, con la clasificación y la cabeza de serie en la Copa del Mundo aseguradas, el título principal no fue sobre la selección. Sin embargo, la foto principal es del defensor central y capitán, Mario Yepes, celebrando el gol del triunfo. El tamaño fue de 3 columnas por 16 cm y estaba acompañada de la frase. "Mundial, Colombia asegura cabeza de grupo en Brasil".

El apartado deportivo tenía cinco páginas, una de ellas entera para publicidad (la cuarta), dos dedicadas a la selección Colombia y todas las restantes sobre fútbol.

Andrés F Viveros, hizo una crónica deportiva clásica en la cual contó el desarrollo del partido sin incluir opiniones, salvo por su comentario sobre la actuación del árbitro, al cual le criticó un par de sus decisiones, como la de la segunda amarilla al volante Freddy Guarín, que terminó siendo expulsado. (2013, p.14)

En la página siguiente informaron que Colombia es la cuarta mejor selección del mundo según el ranking FIFA y que por esta razón va a ser cabeza de grupo en el sorteo del mundial de Brasil. Mencionan los otros seleccionados beneficiados por este nuevo sistema y las quejas de los que se quedaron afuera a pesar de tener mucha historia en el torneo (16 de octubre de 2013, p.15). Más abajo apareció una nota sobre la importancia del capitán Mario Alberto Yepes, del cual recogieron declaraciones de agradecimiento para la Barranquilla, ciudad sede de los partidos cafeteros, y contaron la alegría del jugador que se estrenará en las copas del mundo con 37 años y cuatro eliminatorias disputadas (tres de ellas sin éxitos), (16 de octubre de 2013, p.15).

Todavía dentro de la sección deportiva, en la quinta página apareció una columna de María Elisa Berenguer, embajadora de Brasil en Colombia, donde invitaba a los colombianos a su país, contó la localización de las sedes y mencionó los requisitos para viajar a su país (16 de octubre de 2013, p.18).

En la misma quinta carilla, salieron unas reseñas sobre los tres técnicos colombianos que irán a Brasil dirigiendo seleccionados diferentes. Pinto con Costa Rica, Suarez con Honduras y Rueda con Ecuador. Contaron cómo fueron sus clasificaciones y dieron algunos de sus testimonios (16 de octubre de 2013, p.18).

La columna de opinión de G Meluk definió al partido contra Paraguay como la cereza del postre, lo que faltaba para cerrar de manera ideal una muy buena eliminatoria. Le recriminó Guarín su expulsión, la cual calificó de justa y resaltó el papel del Mario Yepes, del cual elogió su liderazgo y desestimó las críticas que recibe el capitán por ser un jugador de 37 años. También dijo que “por fin” Pékerman pudo encontrar seguridad en el medio, donde también destacó el papel del volante central Sánchez. Por último alabó la campaña y la obtención de la cabeza de serie (2013e, p.15).

En esta última columna, se resume todo el mensaje principal del diario bogotano en esta edición. Aquí se dio más un resumir de toda la eliminatoria, se destacó los papeles de los jugadores importantes y más cuestionados, sobre el partido cabe destacar que se habló por bueno y por malo el papel del colegiado que dirigió el encuentro en Asunción, anteriormente cuando los fallos favorecieron a Colombia, no se encontró ningún tipo de registro sobre el tema.

El Heraldo, día después del partido

La tapa del miércoles 16 de octubre, no tuvo el título principal referente al partido del seleccionado. Si se publicó un titular secundario que rezaba: “Colombia será por primera vez cabeza de serie en un Mundial”. Iba acompañado con una foto, que si era la principal de la portada del diario, del capitán Yepes celebrando su segundo gol, que tenía 4 columnas de ancho por 10 cm de largo.

La sección Deportes tenía cuatro páginas, no exclusivas del equipo nacional. Las dos primeras son de la selección, la tercera de las eliminatorias y la última es de varios deportes como Fórmula 1, béisbol nacional, de la serie mundial de Estados Unidos o ciclismo.

En la crónica deportiva, primero dieron un poco de opinión y después describieron las acciones del partido contra los guaraníes. En ella resaltaron la actitud del combinado nacional, dijeron que tuvo jerarquía y autoridad. Destacaron la obtención de los 30 puntos, que son la máxima cantidad lograda en la historia de

las eliminatorias para los cafeteros, y en segundo lugar, el honroso premio de ser cabeza de serie en el sorteo del mundial. Sobre el partido dijeron que la expulsión del jugador colombiano fue justa y ponderaron que a pesar de ir perdiendo con un hombre menos, este equipo no se metió atrás sino que fue de cara a buscar los goles que le dieran el triunfo (16 de octubre de 2013, p.1D).

En la segunda página se destacó una nota sobre las declaraciones de Radamel Falcao en una conferencia de prensa, en ella resaltaron que el ariete colombiano dijo que espera que Colombia se protagonista en el Mundial, ya que cuenta con una gran plantilla. No obstante, el delantero aclaró que no quiere caer en los triunfalismos de las épocas pasadas, dijo sentirse orgulloso de hacer parte de la generación que le devolvió a Colombia un puesto en una copa del mundo y por último alagó al técnico argentino Pékerman, con el cual dijo sentirse muy cómodo (16 de octubre de 2013, p.2D).

La columna de opinión de Manuel Ortega P, arrancó con un relato del papel de Yepes en el partido donde se tomó revancha por sus errores ante Chile. Esto le dio pie para empezar a criticar a los detractores del proceso de Pékerman, que según él, son los mismos defensores a ultranza del ex técnico “Bolillo” Gómez. Dijo que el hecho de que en ningún momento se sintió la superioridad numérica de los guaraníes, es una muestra para los que siempre le restan méritos a la campaña del seleccionador argentino. La cual, también comparó con la de Gómez y destacó que en esta se consiguieron más puntos que con el otro entrenador, en condiciones similares de trabajo (2013f, p.2D).

Este cierre de eliminatorias de El Heraldó, también realizó un resumen de todo lo que fueron las clasificatorias. Al igual que todas las ediciones anteriores, se preponderó el papel del entrenador y se jactaron de pertenecer al grupo de periodistas que siempre apoyó el proceso y las decisiones del técnico argentino, manteniendo de esta forma el mensaje de comodidad.

Comparación entre los medios: diferencias y similitudes

El cubrimiento que El Heraldó le dio al combinado nacional fue bastante amplio. Más allá de la sección deportiva, en la cual se desarrollaba con bastante suficiencia todos los temas referentes a la selección, en este periódico se dedicó notas referentes a la organización del partido, las disposiciones de la ciudad, de cómo la disputa del encuentro afectaba la economía de la región, entre otros temas relacionados. Estos tópicos, si bien tocaban directamente al acontecimiento deportivo, fueron ubicados en secciones ajenas a la referente a la competencia.

Además de todo este seguimiento, en cada día de encuentro en el cual la selección jugaba de local, la publicación barranquillera venía acompañada de una o dos revistas: una era un suplemento exclusivo sobre el partido, que contaba con todos los datos históricos y diversas notas relacionadas al evento a disputarse; la otra era una publicación de variedades temáticas, que suele venir con el diario todos los viernes, pero en los fines de semana que estaba programada la eliminatoria, tanto la tapa como el tema principal venían con motivos de la selección nacional.

El diario de circulación nacional, le dedicó a las clasificatorias todo el despliegue de su apartado deportivo, rara vez en sus otras secciones apareció un seguimiento a todos los otros temas que rodeaban al encuentro. Su cubrimiento, en general, fue inferior al dado por el otro medio que sirvió como muestra.

Ambas publicaciones, salvo por cuestiones de publicidad, siempre mantuvieron un promedio de cuatro páginas en su sección de deportes. En su estructura interior, las similitudes se mantenían, de las cuatro carillas, solo la última, por lo general, no era referente a las eliminatorias. Los dos abrían el apartado con una crónica informativa, tenían un columnista que opinaba sobre el encuentro, le dedicaban la segunda página a la conferencia de prensa de Pékerman, el espacio sobrante al resto de la eliminatorias, y si quedaba lugar al resto de deportes.

Los dos periódicos, se abstendrían de comentar las actuaciones arbitrales cuando estas favorecían justa o injustamente a Colombia (partidos contra Ecuador y Chile). En los diarios no se hacía mención o valoración alguna del trabajo de los colegiados. Por el contrario, cuando un fallo perjudicó a Colombia (en el duelo contra Paraguay), desde ambos sectores se emitió una opinión sobre la decisión del juez. Aunque fueron posturas encontradas, en oposición y la mayoría en favor de la terna arbitral, es curioso ver que cuando se favorece no se dice nada y cuando se perjudica al menos se aclara que fue justamente.

Entre las diferencias, está que El Heraldo solía variar más a sus cronistas y columnistas, mientras que El Tiempo, rara vez cambió a los que firmaban los artículos.

Si se entra en materia futbolista, El Heraldo, usualmente elogió el proceso del equipo. Antes de clasificarse, habló de que se estaba cerca, ponía un fuerte énfasis en que Colombia podía conseguir la victoria y dejaba muy de lado las dificultades que representaba cada encuentro.

Desde El Heraldo remarcaron, en cada ejemplar, la importancia de Barranquilla como sede de los partidos, en los resultados obtenidos y el valor de la presencia de la selección en la economía de la región, de tal modo que la unión Barranquilla

– Selección siempre formó parte de las editoriales del diario y de más de un artículo en cada edición, incluso en la publicación previa al partido con Ecuador, se repartió junto al diario un suplemento en el cual la mitad de sus notas tocaban el tema de los benéficos económicos que se obtenían a partir de este matrimonio entre el equipo y la ciudad.

Hay que tener en cuenta que el periódico barranquillero siempre buscó brindarle comodidad al plantel y de manera especial al cuerpo técnico. Usualmente no se criticaban las decisiones tácticas ni la inclusión de determinados jugadores, y en caso de tener malos resultados, se encontraba más la explicación en la dificultad del rival, o en errores puntuales de los futbolistas que en impericias del entrenador. En los momentos en los que efectivamente, desde este diario se criticó al seleccionador, se utilizó la técnica de estímulo positivo, estímulo negativo, estímulo positivo. En ningún momento querían mandar un mensaje que generara un ambiente incómodo para la selección nacional.

Por su parte, el diario con sede en Bogotá, antes de lograr el objetivo, dedicaba varias notas que explicaban única y exclusivamente con cuales resultados se daría una clasificación anticipada. Desde sus columnas de opinión se ejercía cierta presión al equipo, ya que se exigía resultados abiertamente.

La línea editorial de El Tiempo, sin entrar en una persecución para con el cuerpo técnico, les permitía a los periodistas criticar al entrenador si hacía falta, y no era necesario remarcar lo positivo antes, y después, de reprochar los errores que este cometía.

Después de ganar contra Ecuador, en El Tiempo remarcaron que se tenía el repechaje seguro, pero el mensaje fuerte fue que ya se estaba clasificado así las matemáticas dijeran lo contrario, esto estuvo presente en más de un artículo. Hablaron de un duelo duro, sufrido y criticaron abiertamente al seleccionador. Desde la editorial se equiparó a este triunfo con la clasificación, porque se le resaltó como parte de una serie de triunfos internacionales del deporte colombiano.

Su par costeño, marchó por el mismo camino en cuanto al cupo en el Mundial, dijeron que ya se estaba clasificado y que los jugadores daban a entender que ellos pensaban igual, sin embargo, no criticaron al entrenador y si a los futbolistas. En este diario también resaltaron beneficios económicos que tuvieron los establecimientos comerciales de la ciudad.

Cuando ya la clasificación parecía un hecho, ambos periódicos disminuyeron el cubrimiento. Este fenómeno se vio mayormente evidenciado en el barranquillero, que no le dio ni siquiera un papel preponderante en tapa al tema de las

eliminadoras. Esto debido a que el partido no era de local, por tanto no hubo mayor presencia en las secciones no relacionadas con el fútbol. Incluso en la división deportiva, el espacio fue escueto, se habló de clasificación y mencionaron, nuevamente sin mucha fuerza, que podría llegar a ser difícil.

Después de la derrota en Montevideo, desde ambos medios hablaron de un gran partido de la selección, pero que errores individuales tiraron abajo un buen desempeño. Desde El Heraldo, el mensaje fue que se aplazó la clasificación para celebrarla en Barranquilla, elogiaron al rival y nuevamente defendieron al técnico Pékerman.

Para el partido contra Chile, desde El tiempo, dieron un seguimiento netamente deportivo. Allí no se habló de clasificación asegurada sino que por el contrario se reclamó una inmediata consecución del objetivo. A diferencia de otras ediciones, en la cuales no profundizaban en la dificultad del adversario, sobre los australes mostraron un amplio respeto y casi un temor que los llevo a dar el mensaje de que no había que correr riesgos. Aquí estuvo presente claramente la presión por la clasificación, en la columna de opinión se pidió entrar al Mundial como sea.

Del lado de El Heraldo, la previa y el post contra los chilenos fueron los de mayor cobertura en todo el trabajo. En la previa incluyeron muchas noticias vinculadas al partido que no tocaban el aspecto futbolístico. En la parte deportiva, destacaron que un empate era suficiente, y las notas que publicaron, resaltaban el importante papel actual, los antecedentes de los costños en el juego y en la editorial nuevamente explicaron por qué Barranquilla es la casa de la selección, con argumentos emocionales, deportivos y económicos.

Con la clasificación ya consumada, gran parte del diario barranquillero fue dedicado a esa noticia. Varias de las secciones tuvieron al menos un artículo que se vinculaba con la selección, desde Locales, Economía (donde marcaron las cifras que generaba para la ciudad, cada partido de Colombia), Tendencias, por supuesto Deportes y hasta Política vieron en sus páginas el tricolor futbolero.

En lo estrictamente deportivo, El Heraldo preponderó más lo agónico y sufrido del empate que la consecución de la clasificación misma. Como se marcaba anteriormente, en ningún momento se habló de fallos arbitrales, la participación del referee que dio dos penales y una expulsión a favor, no fue ni siquiera mencionada (ni por buena ni por mala), y se criticó como pocas veces a Pékerman, pero usando el sistema de estímulos positivos. Nuevamente, aunque curiosamente no hubo un artículo exclusivo para esto, el mensaje fue resaltar la importancia de Barranquilla en todo el proceso.

Para el duelo frente a Paraguay, los dos diarios tuvieron un cubrimiento similar, este fue en cierta forma alejado, se mencionó la importancia de alcanzar ser cabeza de un grupo en un Mundial, pero el espacio dedicado en ambas publicaciones fue escueto.

Después del encuentro en Asunción, ambos diarios le dieron muy poco cubrimiento, muy a pesar de que se consiguió por primera vez en la historia ser cabeza de serie de un mundial. Ninguna de las dos tapas optó por poner este hecho como título principal de portada.

Desde ambos diarios justificaron esto con que el partido fue en Paraguay, los dos negaron menguar la importancia, sin embargo la baja cobertura apunta a ser por la disminución en el interés de la gente y por ende la publicidad que ambos recibieron. En el post partido, en los dos medios, más que un seguimiento profundo al encuentro se dio un resumen de las eliminatorias y del proceso en general.

Cubrimiento, beneficios y publicidad

Para realizar la exposición de los beneficios que obtienen tanto los periodistas como las empresas informativas, con la clasificación en un Mundial, se recurrió a los testimonios de William González Badillo, periodista deportivo de El Heraldó; Manuel Ortega Ponce, editor de la sección deportes de El Heraldó; y José Orlando Ascencio, subdirector de deportes de El Tiempo. Las declaraciones fueron tomadas de entrevistas telefónicas, que los consultados dieron para este trabajo..

Cubrimiento

En primer lugar, las fuentes explicaron cómo se construía, en cada uno de sus medios, el relato cuando jugaba Colombia. Desde ambos periódicos se recalcó que el cubrimiento dado al equipo iba en proporción directa a los resultados que este obtuviese. A mejores desempeños, mayor espacio en el diario.

González Badillo contó que mientras la selección tenía partido, el cubrimiento deportivo en El Heraldó era muchísimo más amplio que en un día normal. Esto lo justificó con dos argumentos:

Primero porque la selección jugaba en Barranquilla, y esto generaba mucha expectativa para la ciudad. Segundo porque la selección Colombia venía muy bien en la eliminatoria, estaba ya a un paso de la clasificación y

entonces todo esto generó una gran esperanza, y obviamente nosotros no podíamos ser ajenos a eso (anexo, p.1).

Ortega Ponce, aclaró que en El Heraldó, el cubrimiento no aumenta la cantidad de páginas con las que dispone la sección deportiva. Ellos cuentan con un número mínimo y otro máximo de carillas que son inalterables.

La estrategia que aplicaban para aumentar el espacio, era que la semana en la que jugaba la selección, se usaban para las eliminatorias, unas páginas habitualmente destinadas a béisbol u otros deportes. Ortega reveló que lo mismo pasaba en secciones como Locales, Tendencias, Tema del Día y Sociales, “se agregaban notas sobre el partido que normalmente entrarían en deportes, se les daba color, se hablaba del fervor y se ubicaba allá” (anexo, p.6).

Desde El Tiempo, el entrevistado contó que el cubrimiento deportivo también aumentó muchísimo. En este diario, que en promedio de martes a sábado saca entre página y media o dos carillas máximo, cuando ha jugado la selección, publicaban entre 4 o 5 y la vez que les coincidió con un lunes llegaron a 12.

La sección Deportes en El Heraldó, estaba compuesta por crónica del partido, opiniones de los futbolistas, minuto a minuto, reacciones de los implicados. En otras secciones, como Locales se hacían un cubrimiento más de lo que decía la tribuna, lo que generaba económicamente para Barranquilla, contó González Badillo.

Así mismo en El Tiempo, Ascencio dijo que su sección en eliminatorias estaba compuesta por: análisis táctico, notas individuales, elementos con infografías, esquema de pases (para saber el juego) y columnas de opinión.

Sí se entra en el cubrimiento según cual sea la sede, en los ejemplares sobre los que se realiza este estudio, muchas de las editoriales de El Heraldó, fueron sobre los partidos y algunas de ellas en defensa de Barranquilla como casa del equipo. En ese sentido, William González reconoció que, quizás sí la selección no jugaba en la costa, las editoriales dedicadas no tendrían nada que ver con deportes. Esto lo explica diciendo que al tener la selección en su ciudad, la sentían propia y que cuando llegaban los partidos este era un tema de moda, que no se podía evitar.

Sobre el punto anterior, Manuel Ortega, también de El Heraldó, sostuvo que sí la selección no jugaba en Barranquilla, los editoriales también hubieran sido sobre eliminatorias. Dijo que este es un tema que se vuelve de interés nacional y a la gente le gustaría conocer la posición del periódico con respecto a un evento como ese. Para él no se puede estar aislado de un tema que despierta tanto el interés de las personas.

Lo realmente importante, para Ortega Ponce, en el aumento o disminución del cubrimiento no es la sede de los partidos sino el rendimiento deportivo de la selección. Él dice que si es una Colombia perdedora, no hay motivación para acompañarla, y sostiene que el equipo debe tener posibilidades de clasificar. Puso el ejemplo de El Heraldillo, cuando el equipo no jugaba en Barranquilla (eliminatoryas a Sudáfrica), por cuestiones de costos, interés y calidad de la información, el diario mandaba enviados especiales mientras se tenía fuertes posibilidades de clasificación. “Se sigue mientras se va bien. No es que baje la audiencia, pero la información de Colombia si bajaría por lo que no justificaría la presencia periodística” (anexo, p.9).

Beneficios

El primero de los beneficios que se mencionó desde El Heraldillo, tenía que ver directamente con la sede de los juegos de local. González Badillo contó:

Como empresa nos favorecía que la selección jugara en Barranquilla. Las ventas del periódico se aumentaban muchísimo más. Los estudios decían que después de cada partido de Colombia se vendían muchos más periódicos en la calle y la gente ingresaba mucho más a nuestro portal web. Entonces esto nos brindó muchas herramientas a nosotros, para poder aprovechar el tema de la selección aquí (anexo, p.1).

Sin embargo, esto que era una ventaja económica para el medio costeño, era un inconveniente para la publicación nacional. Ascencio sostuvo que si bien ellos apoyaban a la sede de Barranquilla por ventaja deportiva y por la elección de los protagonistas, para El Tiempo, en el aspecto de ventas y publicidad, no influía para nada la sede de los partidos. El hecho de que el equipo juegue en otro lado, les implicaba cambios en la parte logística; el desplazamiento; el vuelo nacional del enviado especial; esto les cambiaba totalmente a que la selección jugara en Bogotá.

González Badillo, en contraposición al periodista del diario capitalino, sostiene que estando el equipo en Bogotá, la ventas aumentan en todos lados, no solamente en los periódicos y medios de comunicación de allá, sino también en las empresas. Dice que todos quieren que la selección esté en Bogotá por un tema económico. Del lado periodístico resaltó también un tema afectivo, él sostiene que quieren tener al equipo cerca para tener a primera mano la información.

Sobre el tema de la sede, Manuel Ortega remarcó: “los mismos beneficios que tenemos nosotros acá, ellos también los quisieran tener” (anexo, p.9). Aparte de los desplazamientos de equipos, periodistas, y el interés de las ventas de empresas, mencionó el papel de los patrocinadores. Contó que a estos les cuesta

más traer a todos los invitados hasta Barranquilla, ya que ellos tienen el grueso de clientes en Bogotá. Dijo que los grandes medios prefieren que esté en la capital porque están más cómodos, y es más rentable para ellos. Aseguró que en las próximas clasificatorias va a haber mucha gente queriendo que la selección se vaya para Bogotá, y sobre esto dijo: “obviamente nosotros vamos a seguir peleando para que la selección se venga para Barranquilla” (anexo, p.8), de tal modo que los beneficios se mantengan.

En relación con el aumento de ventas durante la eliminatoria, José Ascencio, añadió el factor del rendimiento del equipo:

El tema de los resultados deportivos, influye y mucho. Sí el equipo anda bien, el cubrimiento, el interés, las ventas y todo alrededor de la selección, son mucho mejores que si el equipo anda mal. Cuando el equipo no anda, el interés no es el mismo, incluso la cobertura no se da la misma, sobre todo si el equipo, no está dando resultados y no está consiguiendo la clasificación (anexo, p.4).

En el caso de El Heraldó, Ortega Ponce dijo que desempeño deportivo marcaba un total éxito de tirada y explicó:

Aquí nosotros hacíamos un ejercicio que daba una medición de audiencia mediante el cual se comprobó que los días posteriores a los partidos, en que la selección ganaba, El Heraldó tenía una venta enorme, hasta el punto que el periódico se agotaba. Todo esto es una muestra de los beneficios que el trae al periódico, y para los periodistas, porque obviamente para uno también es halagador que en esos días, su crónica sea más leída que de costumbre (anexo, p.8).

Del mismo modo en que los buenos resultados deportivos representan parabienes para las empresas y periodistas, los malos rendimientos se traducen en pérdidas de oportunidades económicas y profesionales.

José Orlando Ascencio, que junto a otros colegas, con motivo de la clasificación al Mundial, sacaron un libro que relata los pormenores de los partidos, cuenta que:

Sí la selección no va (a la Copa del Mundo), se pierden oportunidades profesionales. Que la selección esté en el Mundial es una oportunidad para todos, si no se hubiera clasificado seguro que no se nos hubiera pasado por la cabeza sacar un libro sobre una eliminatoria donde no se clasificó. Es una oportunidad profesional para nosotros y para las empresas.

William González, señaló que la parte económica sufría muchas pérdidas si el equipo no va al Mundial, porque para él si la selección clasifica se venden muchísimos más ejemplares.

Ortega Ponce y González Badillo, coincidieron en que para los periodistas, el segundo beneficio de que la selección se clasifique es la oportunidad profesional de asistir a estos torneos. Ambos sostienen que si va Colombia, tienen una alta posibilidad de ir al Mundial, debido a que desde el punto de vista informativo, tener la presencia de un enviado especial al lado de la selección es importante.

Sobre el eventual viaje, Ascencio puso como ejemplo cuando Colombia fue al Mundial en 1998, El Tiempo envió a 5 periodistas; en Corea y Japón, el hecho de la no clasificación marcó el que no se envió a ningún periodista a cubrir la copa; en Alemania, que tampoco se logró el objetivo, no fue nadie desde el diario; en Sudáfrica, todavía sin la presencia cafetera, ya fueron dos personas; pero, ahora que si está Colombia, El Tiempo vuelve a mandar a cinco enviados especiales. Esto, según él, sirve como ejemplo de lo mucho que aumenta el interés general, que sí bien un Mundial es un tema muy trascendente, el hecho de que esté Colombia le da muchísima más importancia.

En la relación, con que estos beneficios profesionales para los periodistas y económicos para las empresas de medios, se vean incluidos en el relato de prensa en forma de presión, todos los entrevistados respondieron en forma negativa.

Desde El Heraldó, Manuel Ortega, indicó que siempre se alentó a que el equipo fuera en busca de la consecución de la victoria, que sus titulares trataban de motivar a la selección a conseguir el triunfo. Él indicó:

Esto es un tema que se ha vuelto de interés nacional, inclusive viene el presidente a ver los partidos, entonces nosotros no nos podemos quedar atrás y debemos acompañar el fervor de la gente. Nosotros queremos que la selección gane porque esto representa beneficios para el país (anexo, p.8).

José Ascencio dijo que la posición editorial El Tiempo, fue la de apoyar a la selección, así como la de defender la sede de Barranquilla. Él dijo que no se ejerció ninguna presión por la clasificación, sino que simplemente a medida que iba avanzando el equipo, iba creciendo la ilusión de todos, y esto se veía reflejado en las editoriales.

Nunca se ejerció presión, como tal, por una clasificación. Yo he estado en las últimas 5 eliminatorias, y lo que siempre se intenta es ser un apoyo positivo

para el equipo, pero nunca fue un “tiene que clasificar” ni nada por el estilo, simplemente un tratar de ser positivos, de empujar más que de presionar. No creemos que dependa de nosotros para conseguir un resultado deportivo (Ascencio, anexo p.5).

Para González Badillo, se podría decir que en relato de la prensa, están metidos los intereses económicos de la ciudad y del medio, pero que esto no se refleja en presión para el equipo.

En El Heraldillo, para Manuel Ortega, se busca resaltar lo que los partidos le dejan a la ciudad:

De todos es conocido que cuando llegan estos encuentros de selección Colombia, aumenta mucho la ocupación hotelera, no quedan habitaciones en la ciudad, los vuelos se incrementan, las ventas ambulantes, las ventas de camisetas, todo esto se toca allí, aunque aparentemente es lo mismo, uno trata de buscarle algo diferente (anexo, p.7).

En el relato se incluyen los aspectos deportivos, el ambiente de la ciudad y los intereses económicos de todos, reconoce Ortega Ponce. Y dice que en esto también se vincula la alcaldía que realiza eventos; la Federación, que aprovechó estas fechas para presentar patrocinadores. Dijo que eso se cubre en menor medida pero también se cubre, que se hacía como un registro noticioso del tema. Cuenta que se aprovechaban muchas cosas, como la presencia de empresarios acá para hacer eventos, y que de esto se cubre también, pero en menor escala.

Publicidad

En relación con el aspecto propagandístico, el primer aspecto que cabe resaltar es el aumento de patrocinadores oficiales que tuvo la Federación Colombiana de Fútbol en el transcurso de esta eliminatoria. Antes de cada partido de local en Barranquilla, la selección sumó un nuevo auspiciante con licencia. Justamente este fue el punto que todos los periodistas marcaron como central en los beneficios de pauta que puede recibir un diario.

Como se mencionaba en la introducción, los principales sponsors de la selección Colombiana para la eliminatoria de Brasil 2014 fueron: Adidas con la indumentaria exclusiva, Bavaria con la cerveza Águila, Caracol Televisión, Homecenter, Movistar, P&G, Efecty como el giro oficial, Pacific Rubiales, Allianz Seguros, Goltz con el balón oficial, Café Devotion, entre otros.

Cabe aclarar, que este aumento en sponsors oficiales, va de la mano con el buen desempeño del equipo. Como contaban antes, esto aumenta las ventas, tanto de

medios (donde se anuncia), como de empresas (los que anuncian). José Ascencio, detalló que esos todos patrocinadores nuevos que llegan al equipo, son clientes potenciales del medio. Él sostiene que “son gente que está interesada en pautar, y empezar a tener sus anuncios publicitarios en los diferentes medios, no solamente en El Tiempo, de manera que ese tema si se tiene una influencia directa en el medio” (anexo, p.5).

Ascencio sostiene esto, al asegurar que todos los nuevos sponsors de la selección se vieron reflejados en El Tiempo. “Todos tuvieron su salida, algunos inclusive con una publicidad muy grande, todos tuvieron participación como anunciantes” (anexo, p.5).

En el caso de El Heraldillo, sin ser tan marcado como en su par capitalino, también se notó pauta proveniente de los nuevos patrocinadores oficiales. Los dos reporteros coincidieron en aclarar que solo algunos fueron clientes del medio barranquillero.

En el tema de la publicidad, vuelve a entrar en juego la sede de los partidos. Del mismo modo en que este factor incide directa o indirectamente en la venta de ejemplares, en el tema de anunciantes, también incide el hecho de que los juegos se disputen en una ciudad o en la otra.

González Badillo, cuenta que hay más publicidad cuando juega la selección. Él considera que si la sede de los juegos hubiera sido Bogotá, El Heraldillo hubiese recibido menos publicidad. Inclusive mencionó que los anuncios de bares, restaurantes y moteles, para ver el partido de selección por televisión, hubiera bajado si el equipo no jugaba en Barranquilla. Para él en sentido publicitario, el periodismo gana bastante con la presencia de la selección.

Para el Heraldillo, dijo Ortega Ponce, es muy rentable que la selección venga a Barranquilla. Él calcula que un 50% de los patrocinadores oficiales de la selección, le pautan a El Heraldillo y asegura que está razón es determinante. Él sostiene: “como las páginas deportivas, en la semanas de Eliminatorias son muy leídas, generalmente esas empresas quieren pautar en ellas porque van a tener mucha lectura. Entonces El Heraldillo capitaliza y se beneficia de todo ese movimiento” (anexo, p.8).

Otro aspecto importante, era la relación de la publicidad con el cubrimiento de las eliminatorias.

Según Ascencio, existe una relación entre pauta y cubrimiento. Cuenta que en El Tiempo se maneja un sistema conocido como densidad, que tiene una relación de todas las páginas que tiene el diario entre toda la publicidad. Él explica que

deben cumplir con cierto porcentaje (entre 55 y 70%) de páginas escritas, entonces si hay más anunciantes, se debe cumplir con la densidad, por tanto se debe aumentar el cubrimiento para cumplir con la norma. Al haber más páginas el seguimiento es mayor y cuando pasan cosas como buenos desempeños deportivos, se atraen anunciantes y el hecho de que haya más anunciantes, representa un mayor espacio de trabajo.

Desde otro punto de vista, William González asegura que la publicidad no tiene nada que ver con la cobertura mediática de la selección. Contó que en ocasiones, la Federación mandaba invitaciones, para presenciar eventos, en los que se iban a presentar nuevos patrocinadores, e iban a estar cierto tipo de jugadores. Sí ellos asistían, era por la presencia de los protagonistas, no para incluir en el diario noticias de los sponsors.

Sobre ese aspecto en particular, Manuel Ortega hizo una aclaración y dijo: “uno es un tanto cuidadoso en ese sentido, porque uno se previene de no hacer publicidad gratis”. Él aseguró que siempre se consultaba a autoridades antes de publicar este tipo eventos. Contó también, que en varias ocasiones hubo presentaciones de productos que no patrocinaban en el diario, y que esos no se vieron reflejados en las páginas. Incluso en eventos de empresas que anuncian en el diario, con mucha publicidad, se metieron en el periódico pero como breves registros o foto noticias. Según su entender, esto se debe a que no eran acontecimientos noticiosos, era algo más bien publicitario. Ortega relató que en estos eventos los jugadores no hablaban con la prensa, allí tenían una intervención, pero contacto con los enviados no había, por lo que no era noticia.

Esta “propaganda gratis” que refiere Ortega, tiene que ver con que estos anunciantes pretenden que los diarios publiquen artículos sobre las actividades que ellos realizan en compañía de la selección sin desembolsar dinero por el espacio en el medio. Tal y como lo confirmaron los periodistas, el principal negocio de la prensa escrita es la publicidad, por lo que no podían darse el lujo de incluir estas notas sin el consentimiento de la división financiera.

Acorde a los testimonios referidos al aumento de los patrocinadores en época de eliminatorias, en todo el material estudiado se encontró mucha pauta relacionada con los partidos o con patrocinadores oficiales, tanto de la Selección Colombia como de la FIFA. En algunos casos, este incremento significó una transformación en la tapa del diario, incluyendo anuncios en lugares donde usualmente no tienen lugar.

En este aspecto se notó que los anuncios vinculados al deporte aumentaban de acuerdo al desempeño durante el partido o la sede del mismo. En el caso del resultado, después de las victorias del equipo el incremento era sustancial y muchos de los mensajes publicitarios estaban directamente dirigidos a la

celebración o gratificación por el triunfo. El aspecto de la sede de los encuentros, fue fundamental para El Herald, ya que cuando el partido era en Barranquilla, los anunciantes se multiplicaban e incluso sacaban suplementos cargados de sponsors, mientras que cuando el juego era en calidad de visitante, este medio recibía menos pauta.

A continuación se expondrán los anunciantes que publicaron avisos inspirados en el equipo o fútbol en el transcurso del periodo estudiado.

Para el partido contra Ecuador, El Tiempo, el viernes 6 de septiembre, incluyó en su tapa una publicidad altamente relacionada, el patrocinador principal de la selección, Cerveza Águila, apareció en la franja principal donde está en nombre del diario enmarcado en un fondo azul que realza el logo amarillo. También publicaron en la primera plana una ampliación de la publicidad, en la franja inferior a todo el ancho de la página y de 10 cm de largo. Esta, aparte del logo de la bebida alcohólica, decía con letras grande “Hoy podemos cambiar la historia. ¡Vamos con toda mi selección!, Súbele a la Alegría, ¡Brasil nos espera!”. En la sección deportiva había dos anuncios, uno de Kia (patrocinador oficial de la copa del mundo y de la FIFA) a todo el ancho de página, por 15 de largo, y otro de Renault, con 3 columnas por media página de largo (27cm).

El mismo, 6 de septiembre, día del partido, El Herald puso en tapa una publicidad en franja inferior, de un centro comercial, anunciando el sorteo de un auto marca KIA, de 6 columnas por 7cm. En la sección Locales, que tenía nota deportiva, había una publicidad en franja inferior de droguerías Cafam, de 6 columnas por 10 cm de largo. En el apartado deportivo, en la primera carilla un anuncio a página completa, de P&G que es patrocinador oficial de la selección, con foto gigante de 4 personas con la camiseta nacional y el lema “Todo lo mejor para mi selección. Los mejores están con los mejores. Por eso, P&G es socio oficial de nuestra selección.” La quinta página deportiva era completa de Cerveza Águila, con una bandera gigante de Colombia y el lema: “Estamos unidos por Colombia” y en pequeño, un aviso que invitaba a pegar esa carilla en las ventanas para apoyar al equipo.

Con ese ejemplar del diario barranquillero vino un suplemento de 32 páginas, de las cuales 17 completas eran de publicidad. Los anunciantes en su orden fueron: discoteca que invitaba a ver el partido en su local, usó temas alegóricos de la selección; autos de Mercedes-Benz; Cerveza Águila, patrocinador oficial de la selección con muchos mensajes animando al equipo; aniversario de Mega Tiendas; venta de casas; medicina deportiva y rehabilitación (media página); venta de propiedades; venta de camionetas; venta de taxis, con títulos relacionados con acompañar al equipo y foto del goleador; venta de apartamentos; aires acondicionados; restaurante que invita a ver el partido en sus instalaciones; paquetes funerarios (media página); Alcaldía de Barranquilla; y KIA (patrocinador

con licencia oficial del Mundial y de la FIFA) con bandera y mensajes alusivos al triunfo de Colombia.

El sábado 7 de septiembre, (día después de la victoria contra Ecuador), El Tiempo puso en tapa una publicidad de Cerveza Águila, en la parte inferior, en una franja a 4 columnas por 9 cm, esta hacía referencia al próximo partido de la selección, con una bandera de Colombia gigante que tenía el nombre del anunciante y decía: “El próximo 10 de septiembre todos unidos por Colombia. #UnidosPorColombia”. En la sección Deportes, en la primera hoja de Shampoo anticaspa (Head & Shoulders), perteneciente a un grupo que es patrocinador con licencia oficial de la selección, el anuncio decía “Juntémonos para celebrar con confianza”, 6 columnas por 10 cm en la franja inferior. En la tercera carilla había un cuarto de página, 3 columnas por 17 cm del supermercado Carulla. La cuarta era una página entera del Falabella y la marca país de Colombia. Y en la quinta, publicaron media página inferior, que rezaba: “Me hiciste hincha para toda la vida. Gracias, mi selección”.

El sábado 7 de septiembre, en El Heraldó, como publicidad relacionada hubo anuncio en la tercera página de la sección deportiva de KIA, patrocinador oficial de la copa del mundo, de 3 columnas por 17 cm.

En la previa al duelo contra Uruguay, disputado en Montevideo, el martes 10 de septiembre, el diario barranquillero, publicó en su sección deportiva dos anuncios vinculados, que ocuparon media página entre los dos. Cada uno era de 3 columnas por 27 cm. El tema fue de aerolíneas LAN y de Tarjetón El Heraldó.

El miércoles 11 de septiembre, después de la derrota con Uruguay, El Heraldó en la sección Tema del día, que tenía artículos del partido, en una página puso una publicidad del Congreso de exportadores con visita el presidente, de tres columnas por 20 cm; otra de KIA, patrocinador oficial de la copa del mundo de 4 columnas por 22cm; y unos pequeños anuncios de más de un cuarto de página. En su sección deportiva había pauta oficial, sobre hospitales locales y su balance general y un anuncio de la Universidad Libre de 3 columnas por 15 cm.

Para la previa del duelo ante Chile, el viernes 11 de octubre, en El Tiempo, no hubo publicidad referente al partido en la primera plana. En la parte de deportes, en la tercera carilla, había un anuncio de media página, 6 columnas por 27 cm de uno de los patrocinadores oficiales, el canal con licencia exclusiva y oficial, (Canal Caracol), en el que promocionaban ver el partido en su señal, el aviso tenía una foto de James Rodríguez y Radamel Falcao (jugadores), celebrando un gol, con la frase “Por la clasificación”. Y también otro de dos columnas por 9 cm de la marca Shindaiwa. En la cuarta página deportiva, Allianz seguros, también socio oficial de la selección, con gran aviso publicitario de 4 columnas por 41 cm que decía “Tan fácil como apoyar a la selección es ganar un kit futbolero por comprar tu soat”.

En el caso de El Heraldó, el viernes 11 de octubre, la pauta relacionada vino en el suplemento especial para el partido contra Chile. De 25 páginas, 13 completas eran de anuncios, en el siguiente orden: ofertas de electrodomésticos, usaron temas alegóricos de la selección; de KIA con bandera y mensajes alusivos al triunfo de Colombia; de venta de apartamentos (en dos carillas); de una escuela de postgrados con foto de persona con la cara pintada de la bandera (media página); de venta de taxis, con títulos relacionados con acompañar al equipo y foto del goleador; de venta de propiedades; de Cerveza Águila, patrocinador oficial de la selección con muchos mensajes animando al equipo; de Reloj Colombia travel; de Radio El Heraldó; de aires acondicionados; y de tratamientos de ortodoncia.

El sábado 12 de octubre, después del partido con Chile que marcó la entrada al Mundial, El Heraldó, en la primera plana, tuvo un formato completamente cambiado, con el motivo de la clasificación. Arriba del nombre del periódico había un título con motivos de las banderas de Colombia y Brasil que decía: "Colombia de Regreso a un Mundial". Tenía un formato de doble tapa; es decir que la portada superior (toda la primera hoja, por lado y lado) solamente con publicidad y en la siguiente hoja comenzaba la tapa regular, con las noticias del diario. El tema publicitario de tapa fue de Almacenes Éxito, promocionando sus ofertas con un tema que de la "fiebre mundialista". La sección Locales contaba con tres publicidades, dos del mismo diario, con promociones especiales, una de 3 columnas por 15 cm y otra de 3 columnas por 8 cm; y la tercera de Nissan con aviso grande de 5 columnas por 52 cm. En Economía había una de un foro que ofrecía la casa editorial de 3 columnas por 28 cm. En la sección Tendencias la publicidad vinculada estaba en la línea inferior, con varios avisos pequeños, de 6 columnas por 15 cm. El apartado deportivo no contó con anuncios de ningún tipo.

Una vez el equipo clasificó, las empresas dejaron de hacer propagandas vinculadas al partido en tapa. En caso de El Tiempo, la pauta vinculada se sostuvo en el ámbito deportivo, mientras que en El Heraldó, como el último partido no se disputaba en Barranquilla, también las páginas deportivas quedaron vacías de anuncios.

Antes del encuentro en Asunción, martes 15 de octubre, en la sección Deportes, de El Tiempo, en tercera carilla había un anuncio de media página, de uno de los patrocinadores oficiales, el canal oficial promocionando ver el partido en su señal. Con una foto de las estrellas James Rodríguez y Radamel Falcao (futbolistas) celebrando un gol con la frase "En todas las canchas te vamos a acompañar". La cuarta página tenía a la aerolínea LAN con 3 columnas por 27 cm y a la camioneta Toyota Hilux en la franja inferior a todo ancho de página por 15 cm.

El 16 de octubre, después del juego contra Paraguay, El tiempo, en la tercera página deportiva tenía un aviso de Panini, empresa que patrocina al Mundial, y es encargada de hacer el álbum de calcomanías oficial de la copa del mundo, de

columna y media por 15 cm. La cuarta carilla de deportes, completa de P&G, que es patrocinador con licencia oficial de la selección y en este aviso muestra los logos de: Ariel, Gillette, Duracell y Head & Shoulders, este anuncio se apoyaba en una imagen de los jugadores de la selección juntos celebrando un gol, y se podía leer en ella: “Porque ellos sintieron el apoyo de toda Colombia, lograron esta gran hazaña. Gracias mi selección. #TodoLoMejorParaTiMiSelección. Los mejores están con los mejores. Por eso, P&G es socio oficial de nuestra selección”.

Todo este material, es evidencia de la influencia de los resultados deportivos en la cantidad y calidad de pauta publicitaria. Cabe destacar que la disminución de publicidad que se dio una vez consumada la clasificación, iba de la mano con la baja del interés del público por el último partido de selección. Esta mengua, tal como se muestra en el análisis del relato, también repercutió en el cubrimiento otorgado. Sin embargo, los periodistas consultados aseguraron que se mantuvo el mismo espacio que en el resto de partidos, desde El Heraldó, atribuyeron una eventual baja en la información a la sede del partido, pero mantuvieron su posición de que ellos le dieron la importancia necesaria.

Conclusión

La hipótesis que se planteó para este trabajo fue que durante la eliminatoria al Mundial, los medios de comunicación construyeron su relato en consonancia con sus intereses económicos. Después de describir cómo fue el cubrimiento de cada uno de los diarios que se tomaron como muestra, ver de qué forma encararon las noticias y de analizar la relación que tiene el desarrollo dado con la venta de ejemplares y la pauta publicitaria, se encontró que en la prensa sí se introducen elementos relacionados con beneficios monetarios, que van más allá de la información deportiva.

En el diario El Heraldó se puede ver con claridad, como en su relato incluyeron permanentemente la importancia del papel de Barranquilla en la clasificación, dándola como una de las razones primordiales de la tener un cupo en el Mundial. Esto, más allá de ser cierto o no, como explicaban los periodistas de este medio, desempeñaba un rol fundamental en el aspecto económico para la empresa periodística.

En la intención del diario no solamente estaba convencer a su público de lo mucho que ayudaba deportiva y emocionalmente la ciudad a la selección, sino que también dedicaron muchas páginas para enumerar lo que significaba para la ciudad la presencia del equipo. Ellos pretendían generar un sentido de pertenencia en la gente y enviar un mensaje a los gobernantes para que lucharan por mantener algo que la hacía bien a la ciudad.

En todas las ediciones había artículos y editoriales que hablaban de los múltiples beneficios económicos, que trae ser sede de los partidos de eliminatorias, tanto para la ciudad como para sus empresas y habitantes, también los suplementos incluían noticias con estos mismos temas.

Como se observó en el desarrollo, había en el diario artículos donde atacaban a sectores de la prensa nacional que pedían al equipo para otras ciudades, desde el medio siempre se mantuvo una defensa preventiva ante un eventual cambio de sede. Incluso en las entrevistas dadas a este trabajo, uno de sus periodistas reconoció que permanentemente se buscaba incluir estas ganancias monetarias en el cubrimiento de la selección, que aunque pareciera ser lo mismo, siempre se buscaba la manera de ponerlo y que se viera diferente o desde otro punto de vista.

Sí se entra a hablar de una eventual presión por entrar al Mundial, desde el diario costeño, no se encontró en ningún momento este tipo de mensajes. Lo que intentaron transmitir, siempre tuvo un encargo positivo para con el equipo. Todo esto, no quita que al medio no le interesara la consecución de los triunfos y del objetivo. Su principal bandera para mantener a la selección en Barranquilla, era que Colombia siempre tenía buenos resultados, y que en esta plaza se consiguió la clasificación a los últimos mundiales. Por tanto, de no obtenerse los rendimientos esperados, el hecho de ser la casa de la selección hubiera entrado en peligro.

Otro aspecto encontrado en el relato de El Heraldó, que llegó a llamar la atención, fue el constante apoyo al seleccionador Pékerman. Desde una lectura lógica, se podría decir que esto era debido a que el entrenador estaba trabajando bien. Sin embargo, sí se tiene en cuenta que tras la destitución de Leonel Álvarez, la opinión del cuerpo técnico argentino fue clave para mantener la sede de local en Barranquilla, se puede encontrar, por qué no, otra explicación también lógica, en enviar mensajes que le den comodidad al que toma este tipo de decisiones y a sus dirigidos.

En los ejemplares estudiados siempre se encontró una defensa al proceso del entrenador, pocas veces se criticó sus decisiones. Cuando se hizo, se hablaba primero de lo bueno, se lo reprochaba muy brevemente, y después de cuestionarlo, se aclaraba que el periodista no pertenecía al grupo mediático que criticaba al DT. Cabe aclarar, que en el proceso eliminatorio, nunca hubo –al menos de público conocimiento–, un sector definido de la prensa que atacara de frente y permanentemente al seleccionador, por lo que no se explica la aclaración de no hacer parte de un conjunto inexistente.

Todo esto, tal y como lo confirmaron sus periodistas, era parte del interés económico del medio, ya que el hecho de que la selección jugara en la misma plaza donde ellos tienen su sede principal, les significaba mayor venta de

ejemplares y mayor publicidad. También, desde el equipo se decía que entre las virtudes de la sede estaba el ambiente de Barranquilla, que según ellos les daba mucha comodidad y mucha menos presión que en otras ciudades como Bogotá, entonces ahí se explica el trato cordial con la selección.

Por lo antes mencionado me permito afirmar que en El Heraldó si se construyó parte del relato periodístico basado en los interés económicos del medio.

En el caso de El Tiempo, fue mucho más difícil percibir en su cubrimiento una abierta inclusión de sus intereses económicos. Si bien el mensaje del diario capitalino, previo a la consecución del objetivo, fue de siempre pedir una clasificación anticipada y este hecho, como se pudo mostrar, repercutía directamente en la economía del medio, tampoco llegó al punto de ser una postura fuera de lo común en una cobertura de este tipo.

Desde mi punto de vista, únicamente a lo largo de la columna de opinión de Gabriel Meluk, se llegó a pedir abiertamente por la clasificación. En esta editorial, se llamó al juego de Ecuador, como algo fácil, por lo que se tomó la atribución de decir que la victoria era la lógica. Antes de asegurar el cupo, se habló de que ya era seguro. Y cuando el puesto en el Mundial peligró, en el ejemplar previo al partido contra Chile, el autor pidió una clasificación inmediata, dijo que no importaban las formas, pero que no se podía dar mayor espera a asegurar el objetivo. Este fue un caso donde claramente se ejerció una presión, donde como tal, se exigía un resultado al equipo.

Cabe aclarar, que este tipo de posturas no fueron el común denominador de las que publicó este periódico. Nuevamente, desde una óptica se puede encontrar esta clase de mensajes como parte del estilo del escritor o simplemente el deseo claro de un hinchista más. Desde otro canal, en esta columna el autor podía estar pensando en los beneficios que obtendría con una eventual clasificación, lo que lo convertiría en la inclusión de un interés, en lo que él le pide al equipo. Es válido mencionar que Gabriel Meluk, junto a otros periodistas de la casa editorial, sacaron un libro con motivo de las eliminatorias, que se cita en este escrito.

Sin embargo, sí me baso en todos los materiales que se incluyen en este trabajo, no encontré elementos suficientemente claros que indiquen una visible inclusión de los intereses económicos en el relato del diario capitalino. Por tanto, diría que en El Tiempo, si bien se llegó a presionar al equipo, no se construyó el relato basado en los beneficios monetarios del medio.

Este escrito también se propuso identificar cuáles son los beneficios que puede obtener una empresa periodística con la clasificación de un equipo (o selección nacional) en un evento deportivo internacional. Así como precisar qué tanto pierde

la prensa en cuanto a publicidad, sí el cuadro nacional no logra la consecución de la clasificación.

Antiguamente se pensaba que en las crónicas de deportes no existía una correlación de intereses como la que puede haber en las notas de economía o política. Es usual que a la hora de analizar las cosas que escriben los periodistas deportivos, se sospeche sobre si el autor quiere promocionar o no a un jugador, pero cuando critica o defiende a un equipo, por lo general se asume que es su pensamiento, sus gustos, su forma de ver el fútbol, y que no hay un interés mayor detrás de su comentario.

El estado actual de la globalización del deporte, la inclusión de fuertes campañas de marketing deportivo, las mega transmisiones que se arman, la estructura que rodea cada competición y todos los nuevos intereses económicos que van surgiendo a partir de este crecimiento demuestran que este análisis no es lo suficientemente profundo.

Sobre este aspecto, se encontró que la relación entre buenos resultados deportivos (en este caso la clasificación), y la cantidad de beneficios que puede recibir la prensa y los periodistas es directamente proporcional.

Tal y como lo confirmaban los entrevistados, la publicidad y cantidad de lectores crece sólo si el equipo anda bien. También las oportunidades de viajar por cubrimiento del equipo, de sacar a la venta libros del seguimiento, entre otras ventajas ya expuestas, solamente son posibles si conjunto o selección es exitosa.

Todo esto está presente a la hora en que los editores definen cuál va a ser la línea del medio, qué cosas se van a profundizar, que se va a criticar, que se va a defender y que cosas es mejor pasarlas por alto. Ellos saben que no están jugando solamente con los que pasó en el partido sino también con la posibilidad de obtener experiencias profesionales, patrimonio para su medio, capital para los que financian su sueldo, entre otras cosas.

Así como el deporte en la actualidad, tiene la potestad, con la simple presencia de un equipo, de cambiar por completo la economía de una ciudad, también tiene el suficiente poder para modificar el relato de quienes escriben sobre él.

Si se tienen en cuenta la presencia de todos estos elementos, se pueden entender de donde vienen y el por qué de las cosas que dice la prensa de fútbol, más allá de una aparente opinión deportiva imparcial.

Bibliografía:

Fuentes Primarias

- Anaya Martínez, R. (2013a). “Fue muy lindo hacer parte de esta generación del fútbol colombiano”. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 6)*.
- Anaya Martínez, R. (2013b). Festejo de talla mundial. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 12)*.
- Ascencio, J.O. (2013a). ¡Todos somos Colombia!. Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 6)*.
- Ascencio, J.O. (2013b). ¡Fue la tormenta perfecta: llovió café!. Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 7)*.
- Ascencio, J.O. (2013c). “¡Colombia a no perder la cabeza en Asunción! Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 15)*.
- Berenguer, M. (2013). Colombia: ¡bienvenida al Mundial de Brasil! Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 16)*.
- Briceño, G. (2013a). Esa es la actitud. Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 5)*.
- Briceño, G. (2013b). José Pékerman sorprendió y arriesgó el triunfo.... Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 7)*.
- Briceño, G. (2013c). Chile, buena al ataque; mala en defensa. Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 11)*.
- Castillo, R. (2013). Después de la tempestad fue la fiesta. *Diario El Tiempo (Septiembre 7)*.
- De la Cruz, L. (2013). Aumentan en 250.000 los beneficiarios del programa Colombia Mayor: Santos. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 12)*.
- Doku, K. (2013). Serán 4.000 policías en la calle y 1.500 en el estadio – Vigilancia con 114 cámaras dentro y fuera del “Metro”. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 11)*.
- El Heraldo. (2013). No hay boletas, las que consigan en la calle son falsas. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 6)*.
- El Heraldo. (2013). Todos con la amarilla. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 6)*.
- El Heraldo. (2013). Elsa Noguera invita a los barranquilleros a los estadios virtuales. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 6)*.

- El Heraldo. (2013). *Colombia vs Ecuador, El Heraldo (Suplemento de septiembre 6)*. Barranquilla: Casa Editorial El Heraldo.
- El Heraldo. (2013). Ni la lluvia apagó la llama futbolera. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 7)*.
- El Heraldo. (2013). “Dimos un gran paso para llegar al Mundial”. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 7)*.
- El Heraldo. (2013). Presidentes Santos y Correa, muy activos por Twitter. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 7)*.
- El Heraldo. (2013). La lluvia intentó “aguar” la fiesta. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 7)*.
- El Heraldo. (2013). En Barranquilla tronó, relampagueó y la alegría llovió. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 7)*.
- El Heraldo. (2013). “Mi hija llora de alegría al saber que estamos cerca”. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 10)*.
- El Heraldo. (2013). La región Caribe alentó a la Selección y sufrió con la derrota - Una fiesta tricolor que quedó aplazada. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 11)*.
- El Heraldo. (2013). Una caída que no apaga la ilusión. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 11)*.
- El Heraldo. (2013). “El resultado fue justo, Uruguay mereció el triunfo”: Pékerman. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 11)*.
- El Heraldo. (2013). El Maestro Tabárez elogia el desempeño de Uruguay. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 11)*.
- El Heraldo. (2013). Ni la Camiseta de la selección se escapa del robo “Hormiga”. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 11)*.
- El Heraldo. (2013). Revuelo por mensaje de Adidas en su Twitter. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 11)*.
- El Heraldo. (2013). Medidas de movilidad por visita del presidente. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 11)*.
- El Heraldo. (2013). “Los colombianos sueñan con un triunfo con sabor y aroma a café”. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 11)*.
- El Heraldo. (2013). Aldo Leao Ramírez, otro samario que espera dejar huella en un Mundial. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 11)*.
- El Heraldo. (2013). Colombia toca el cielo Mundialista. . Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 11)*.
- El Heraldo. (2013). *Colombia vs Ecuador, El Heraldo (Suplemento de octubre 11)*. Barranquilla: Casa Editorial El Heraldo.
- El Heraldo. (2013). “Partido contra Chile deja \$10.187 millones a Barranquilla”. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 12)*.
- El Heraldo. (2013). Almuerzo con los Char antes de ir al “Metro”. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 12)*.
- El Heraldo. (2013). Los hinchas fieles de la selección Colombia. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 12)*.
- El Heraldo. (2013). Mucho más que un partido. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 12)*.

- El Heraldo. (2013). Historia de las clasificaciones. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 12)*.
- El Heraldo. (2013). “Siento orgullo por tener jugadores maravillosos” . Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 12)*.
- El Heraldo. (2013). “El arbitraje fue mediocre” dice Jorge Sampaoli. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 12)*.
- El Heraldo. (2013). A cerrar con broche de oro. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 15)*.
- El Heraldo. (2013). “La clasificación es un salto de calidad para el fútbol colombiano”. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 15)*.
- El Heraldo. (2013). Yepes lideró un triunfo histórico. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 16)*.
- El Heraldo. (2013). Falcao espera que Colombia sea protagonista en Brasil. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 16)*.
- El Tiempo. (2013). Alcaldía fija medidas por juego de esta tarde. Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 6)*.
- El Tiempo. (2013). La aritmética de la Selección para clasificar ya al Mundial. Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 6)*.
- El Tiempo, (2013). El hombre que hizo cambiar la titular.... Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 6)*.
- El Tiempo, (2013). “No estamos sacando cuentas”: José Pékerman. Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 6)*.
- El Tiempo, (2013). “había ansiedad en el camerino y fue otra presión”. Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 7)*.
- El Tiempo, (2013). En la cancha hubo un carnaval. Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 7)*.
- El Tiempo, (2013). El sueño de volver a un Mundial. Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 7)*.
- El Tiempo, (2013). A Pékerman le gustaría ser líder de grupo en Brasil. Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 15)*.
- El Tiempo, (2013). A Jackson Martínez le llegó la hora de volver a ser titular. Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 15)*.
- El Tiempo, (2013). “Queremos terminar bien la eliminatoria”: Macnelly Torres. Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 15)*.
- El Tiempo, (2013). Las seis novedades que reveló el técnico. Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 15)*.
- El Tiempo, (2013). Colombia será cuarta del mundo. Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 16)*.
- El Tiempo, (2013). Yepes el capitán vigente. Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 16)*.
- El Tiempo, (2013). Rueda y Pinto irán a la fiesta mundialista. Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 16)*.
- Fuenmayor, G. (2013). El autogol de Belisario. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 12)*.

- González Badillo, W. (2013a). Con un triunfo tenemos un pie en Brasil. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 6)*.
- González Badillo, W. (2013b). A los jugadores les pedí de regalo un triunfo. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 6)*.
- González Badillo, W. (2013c). Colombia le abre los brazos a Brasil. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 7)*.
- González Badillo, W. (2013d). Unidos por la clasificación. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 10)*.
- González Badillo, W. (2013e). ¡Vamos por la clasificación! Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 11)*.
- González Badillo, W. (2013f). “Estamos a las puertas, ahora hay que dar el último paso”. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 11)*.
- González Badillo, W. (2013g). ¡Apoteósico! Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 12)*.
- Herrera Delghams, L. (2013). Distrito garantiza la celebración de la fiesta. Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 11)*.
- Jiménez, A. (2013). De Mono a Pantera Rosa: el Pibe se pintó el pelo. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 6)*.
- López, A. (2013). Vaya al estadio en Transmetro, bus o taxi. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 6)*.
- Martínez, A. (2013a). Adiós 5-0. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 6)*.
- Martínez, A. (2013b). A mi Selección. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 11)*.
- Meluk, G. (2013a). Lo lógico es ganar. Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 6)*.
- Meluk, G. (2013b). Dicho y hecho. Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 7)*.
- Meluk, G. (2013d). Salgamos de esto ya. Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 11)*.
- Meluk, G. (2013e). ¡Una clasificación de leyenda! Bogotá: *Diario El Tiempo (octubre 16)*.
- Mendieta, H. (2013a). A 20 años y un día de la gran goleada. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 6)*.
- Mendieta, H. (2013b). La casa de la selección. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 11)*.
- Ortega Ponce, M. (2013a). “Esta Selección no tiene que envidiarle nada a nadie”. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 6)*.
- Ortega Ponce, M. (2013b). Al Mundial de Brasil vamos porque vamos. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 7)*.
- Ortega Ponce, M. (2013c). Pékerman tampoco es infalible. Barranquilla: *Diario El Heraldo (Septiembre 11)*.
- Ortega Ponce, M. (2013d). Misión cumplida: al Mundial. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 12)*.
- Ortega Ponce, M. (2013e). La mejor campaña en Eliminatorias. Barranquilla: *Diario El Heraldo (octubre 16)*.
- Pabón, R. (2013a). Colombia vs Chile. *Revista Si, del 11 al 17.10.2013*, 12-13.

- Pabón, R. (2013b). La salida del estadio fue tan sufrida como la victoria. Barranquilla: *Diario El Heraldo* (octubre 12).
- Polo, C. (2013a). En casa de los Ortega quieren un triunfo con sabor a mate, vino y asado. Barranquilla: *Diario El Heraldo* (Septiembre 10).
- Polo, C. (2013b). Una fiesta pasada por agua que se tuvo que aplazar. Barranquilla: *Diario El Heraldo* (Septiembre 11).
- Polo, C. (2013c). Una marea roja que se vino a inundar las gradas del Metropolitano. Barranquilla: *Diario El Heraldo* (Septiembre 11).
- Polo, C. (2013d). De la tristeza a la gloria. Barranquilla: *Diario El Heraldo* (octubre 12).
- Romero, P. (2013). ¡Únicamente falta la celebración de hoy!. Bogotá: *Diario El Tiempo* (octubre 11).
- Romero, P. (2013). Hoy, el primer fogueo para el Mundial. Bogotá: *Diario El Tiempo* (octubre 12).
- Sabbagh, A. (2013). La fiebre amarilla. Barranquilla: *Diario El Heraldo* (octubre 12).
- Sourdis Pinedo, C. (2013a). Una doble fiebre tricolor invade a Barranquilla. Barranquilla: *Diario El Heraldo* (Septiembre 6).
- Sourdis Pinedo, C. (2013b). Un agónico empate prende a Barranquilla. Barranquilla: *Diario El Heraldo* (octubre 12).
- Viveros, A. (2013). Al Mundial nos vamos de cabeza. Bogotá: *Diario El Tiempo* (octubre 16).

Fuentes secundarias

- Hernández Bonnet, J. (2013). *Colombia es Mundial, los secretos de la clasificación*. Bogotá: Editorial Planeta Colombiana S.A.
- Klein, N (2000). *No Logo, el poder de las marcas*. Toronto: Alfred a Knopf Canada, a division of random house of Canada. (2001) Edición en español, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Levinsky, S. (1995). *El negocio del fútbol*. Buenos Aires: Ediciones Corregidor.
- Medina Caro, F. (2005). *Comunicación, deporte y ciudad*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Molina, G. (2010). Copa FIFA Sudáfrica 2010: El evento de marketing más grande del planeta. *Management Herald*, 61- 65.
- Silva, M; Meluk, G; Ascencio, J; Arango, F; Guzmán, J. (2013). *Así volvimos al Mundial*. Bogotá: Distribuidora y Editora Aguilar, Altea, Taurus, alfaguara, S.A.

Web grafía

- EFE. (2013). Colombia es el equipo que mejor fútbol practica en eliminatoria. Bogotá: *El Tiempo* (marzo 22). Recuperado de: http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12708360.html

- El Heraldo. (s.f.). ¿Quiénes somos?. Recuperado de:
<http://www.elheraldo.co/quienes-somos>
- El Heraldo. (s.f.). ¿Cómo surgió El Heraldo?. Recuperado de:
<http://www.elheraldo.co/como-surgio-el-heraldo>
- Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA), (s.f.), Copa Mundial de la FIFA Brasil 2014™: Formato de la competición preliminar y sorteo, zona sudamericana. Recuperado de
http://es.fifa.com/mm/document/tournament/competition/01/46/87/56/2014fwc_drawprocedures_southamerica_v4_11-01403_624_en_es_v2.pdf
- FIFA, (s.f.). Copa Mundial de la FIFA™. Recuperado de
<http://es.fifa.com/aboutfifa/worldcup/index.html>
- Giraldo Gallo, C. (2013). La Selección Colombia revienta la fiebre de consumo futbolera. Bogotá: *Diario La República (Marzo 23)*. Recuperado de
http://www.larepublica.co/consumo/la-selecci%C3%B3n-colombia-revienta-la-fiebre-de-consumo-futbolera_34853
- López Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación de la Universidad de Huelva*, 4, 167-179. Recuperado de:
<http://uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/xxi/article/viewFile/610/932>
- Martín Martín, R. (s.f.). *Análisis de Contenido, Estadística y Metodología de la Investigación*. Recuperado de:
http://www.uclm.es/profesorado/raulmmartin/Estadistica_Comunicacion/AN%C3%81LISIS%20DE%20CONTENIDO.pdf
- Meluk, G. (2013c). Se 'mejoró' para perder. Bogotá: *Diario El Tiempo (Septiembre 11)*. Recuperado de:
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13057091>
- Pino, A. (s.f.). La Selección Colombia: un golazo de mercadeo. *Marketing to Marketing*. Recuperado de:
<http://www.m2m.com.co/interna.asp?mid=1&did=4809>
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la lengua española*, lema: análisis. Recuperado de: <http://lema.rae.es/drae/?val=an%C3%A1lisis>
- Romero, J. (2013). José Pékerman es el mejor DT de América como en 2012, Sigue siendo el número uno del continente. Montevideo: *El País, Deportivo Ovación (Diciembre 31)*. Recuperado de:
<http://www.ovaciondigital.com.uy/futbol/sigue-numero-continente.html>
- Ruiz Granados, C. (2013). El espaldarazo a la Selección es de US\$21 millones. Bogotá: *Diario La República (Septiembre 9)*. Recuperado de
http://www.larepublica.co/negocio/el-espaldarazo-la-selecci%C3%B3n-es-de-us21-millones_58066
- Ruiz, L. (2013). Selección Colombia, la más taquillera de Latinoamérica con US\$2,4 millones. Bogotá: *Diario La República (Junio 11)*. Recuperado de
http://www.larepublica.co/negocio/selecci%C3%B3n-colombia-la-m%C3%A1s-taquillera-de-latinoam%C3%A9rica-con-us24-millones_40391
- Vásquez Henríquez, A. (1988). Prensa Deporte. *Comunicación y Medios, Revista del Instituto de la Comunicación e Imagen Universidad de Chile*,

edición de diciembre, 103-111. Recuperado del PDF, en el link
<http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/14097/14401>

Anexos:

A continuación adjunto la desgravación de las entrevistas telefónicas a los periodistas citados en el trabajo.

William González Badillo

P ¿Qué tanto aumentaba el cubrimiento cuando la selección jugaba?

Cuando la selección jugaba el cubrimiento era muchísimo más amplio. Primero que todo porque la selección jugaba en Barranquilla, y esto generaba mucha expectativa para la ciudad. Segundo porque la selección Colombia venía muy bien en la eliminatoria, estaba ya a un paso de la clasificación y entonces todo esto generó una gran expectativa, y obviamente nosotros no podíamos ser ajeos a eso. Se cubrió lo que es partido, antes del partido y después del partido.

P ¿Cómo se conformaba la sección deportiva, qué no podía faltar?

La primera página la crónica del partido, segunda un uno por uno de todas las opiniones de los futbolistas, se hacía un minuto a minuto, se tomaban reacciones de los implicados. Y en otras secciones, como locales se hacía un cubrimiento más de lo que decía la tribuna, de lo que generaba económicamente para Barranquilla.

P Para medir la importancia de la selección en el medio, ¿Sí el día de la clasificación, hubiera coincidido con la destitución del alcalde de Bogotá, Gustavo Petro, que hubieran puesto como título principal de tapa?

Sinceramente, estoy segurísimo que habría estado como más grande la clasificación de Colombia. Barranquilla estaba implicada al 100% en el tema de la clasificación porque era la casa de la selección Colombia, y nos afectaba en un 100% todo lo que pasara con la selección.

P ¿Qué aspectos beneficiaba a El Heraldó, como tal, como empresa, como medio, que la selección jugara en Barranquilla? ¿Lo beneficiaba en algo o le daba igual?

Como empresa nos beneficiaba que la selección jugara en Barranquilla. Las ventas del periódico se aumentaban muchísimo más, porque la gente después de cada partido, no tengo las cifras exactas, pero, los estudios decían que después de cada partido de la selección Colombia se vendían muchos más periódicos en la calle, la gente ingresaba mucho más a nuestro portal web. Entonces esto nos brindó muchas herramientas a nosotros, para poder aprovechar el tema de la selección Colombia aquí en Barranquilla.

P ¿Ustedes alguna vez, percibieron alguna crítica, de otros medios nacionales, sobre que la sede fuera Barranquilla?, ¿Por qué cree usted que pedían a la selección?

En un principio se criticó desde otros sectores de la prensa nacional, la sede de Barranquilla. Hubo un conflicto, pero cuando Barranquilla se fue asentando como casa de la selección, y cuando a Colombia se le fueron dando los resultados, ya bajó un poco la marea. Las razones de los otros medios de pedir la selección, son de todo un poco, para nadie es un secreto que estando la selección Colombia en Bogotá, la ventas en todos lados, no solamente en los periódicos y en los medios de comunicación de allá, sino también las empresas, todos quieren que la selección este en Bogotá por un tema económico. Obviamente también por un tema afectivo, de tener al equipo cerca, quieren tener a primera mano la información.

P ¿Sí la selección jugara en Bogotá, en cuanto a la sección deportes, hubiera cambiado el cubrimiento?

Si la selección jugara en Bogotá, no hubiese cambiado el cubrimiento de la equipo, la sección deportes se habría mantenido igual, pero no se hubiese hecho tan a fondo el seguimiento. Como teníamos la posibilidad de ir al estadio, las crónicas nos salían mucho más humanas, era un cubrimiento mucho más profundo. Si no hubiera estado, quizás manteníamos el mismo espacio, pero todo se hubiera hecho más pro encimita, estando aquí lo sentíamos nuestro.

P ¿sí la selección no jugaba en Barranquilla de que hubieran sido todas las editoriales, que el diario le dedicó al tema de la presencia de la selección?

Si la selección no jugaba en barranquilla, las editoriales dedicadas no tendrían nada que ver con deportes, teniendo la selección en Barranquilla la sentíamos propia. Cuando se aproximaban los partidos, el tema de moda aquí era la selección Colombia.

P ¿se podría decir que en relato están metidos los intereses económicos?

Si puede decir que si, se podría decir que en relato de la prensa, están metidos los intereses económicos de la ciudad y del medio.

P ¿qué beneficios obtiene la prensa, el medio, los periodistas, si la selección se clasifica?

No se obtienen beneficios, como tal, con la clasificación de la selección. Más que todo para el periodista es la oportunidad de cubrir un evento de este tipo, una

eliminatória así, que no se cubre siempre. Por ejemplo no es lo mismo tenerla aquí, te hacía sentirla mucho más, el beneficio sería en la parte profesional no tanto en beneficios de otro tipo.

P ¿Ósea, que ni la empresa, ni los periodistas, pierden nada sí el equipo no va?

No se perdería nada, si la selección no iba al mundial. Dejando de lado la parte económica, porque claro si la selección clasifica se venden muchísimos más ejemplares, lo demás no se pierde, sino es la experiencia de vivir una eliminatória. Esta clasificación le da beneficios profesionales, como que hay periodistas que van a tener la oportunidad de poder viajar a Brasil, que el medio te envíe a un mundial de fútbol.

P ¿por qué una vez se clasificó, se bajó el cubrimiento?

Cuando se clasificó, no se bajó el cubrimiento, quizás se notó mucho menos porque la selección no jugaba en Barranquilla. El cubrimiento fue el mismo.

P ¿los nuevos sponsors de la selección se vieron reflejados también en el medio?

Con el aumento de patrocinadores oficiales de la selección, algunos de ellos, no todos, también empezaron a pautar en el medio. Pero no fue así tampoco tan relevante.

P ¿qué relación tiene la publicidad con la cobertura mediática de la selección?

La publicidad no tiene nada que ver con la cobertura mediática de la selección. En ocasiones la federación mandaba una invitación, para presenciar un evento, en el que iban a estar cierto tipo de jugadores, y entonces se iba a los eventos para tener la posibilidad de charlar con los jugadores y el motivo central del evento era la presentación de una firma. Entonces al hacer el cubrimiento se mencionaba el tema de la firma, pero no tiene nada que ver una cosa con la otra.

P ¿hay más publicidad cuando juega la selección?, ¿esta varía según la sede?

Obviamente, hay más publicidad cuando juega la selección. Si la sede de los juegos hubiera sido Bogotá, hubiésemos recibido menos publicidad. Inclusive la publicidad de bares, para ver el partido de selección por televisión, hubiera bajado si el equipo no jugaba en Barranquilla. En sentido publicitario, el periodismo gana bastante con la presencia de la selección.

José Orlando Ascencio

P ¿Qué tanto aumentaba el cubrimiento cuando la selección jugaba?

El cubrimiento aumenta muchísimo, nosotros en promedio de martes a sábado sacamos página y media, dos máximo. Cuando ha jugado la selección entre 4 o 5 y la vez que nos tocó el lunes nos fuimos a 12 y sobre todo cuando se trata de partidos de eliminatorias.

P ¿qué aspectos se buscan resaltar y qué no puede faltar en el cubrimiento?

Hay una variedad de cosas, análisis actico, notas individuales, a pesar de las limitaciones de la federación y su oficina de prensa. Tenemos elementos infograficos, tomamos un modelo de esquema de pases, para saber el juego.

P ¿desde El Tiempo, cómo se tomó que la sede fuera Barranquilla?

En El Tiempo nos justó que la sede sea Barranquilla, ya que los jugadores se sienten cómodos, qué son mejor recibidos, entonces en ese sentido, más allá de lo que implica para nosotros la parte logística, desplazamiento, que nos cambia totalmente a que la selección jugara aquí en Bogotá, más allá de eso, tenemos gente en Barranquilla que nos da una mano muy grande, y dos es muy importante por la ventaja deportiva y aunque nos obligue a cambiar un poco la logística, nos parece una muy buena decisión que el equipo esté jugado allá.

P ¿se podría decir que para El Tiempo, es más beneficioso en logística, ventas y publicidad, que el equipo juegue en Bogotá? ¿Cómo cambiaría el cubrimiento?

En ventas y publicidad, no influye para nada la sede de los partidos de la selección, nos cambia un poco en hacer los desplazamientos y un vuelo nacional, pero no mucho más. La única diferencia, estaría en las notas de color, que como se tiene diferentes ediciones, en la de Bogotá se hace sobre la capital y en la edición Caribe se hace sobre Barranquilla.

P ¿Si a la selección le va mal, el cubrimiento cambia o no influye?

El tema de los resultados deportivos, influye mucho, si el equipo anda bien, el cubrimiento, el interés, las ventas y todo alrededor de la selección, son mucho mejores que si el equipo anda mal. Cuando el equipo no anda, el interés no es el mismo, incluso la cobertura no se da la misma, sobre todo si el equipo, no está dando resultados y no está consiguiendo la clasificación.

P Para medir la importancia de la selección en el medio, ¿Sí el día de la clasificación, hubiera coincidido con la destitución del alcalde de Bogotá, Gustavo Petro, que hubieran puesto como título principal de tapa?

Se hubiera compartido la portada del periódico, y como se tiene la diferenciación de la edición nacional y la de Bogotá, yo me imagino que para el resto del país, se hubiera abierto con la selección y ya con la de Bogotá se hubiera abierto con lo del alcalde porque ya es un tema que afecta directamente a la ciudad, pero solamente en esta edición se hubiese echo está elección.

P ¿el buen desempeño del equipo aumenta las ventas?

El buen desempeño del equipo aumenta las ventas, usted fíjese que desde que la selección jugó en Barranquilla, en cada partido hubo un patrocinador nuevo, y esos patrocinadores que llegan al equipo son clientes potenciales, y son gente está interesada en pautar, y empezar a tener sus anuncios publicitarios en los diferentes medios, no solamente en El Tiempo, de manera que ese tema si se tiene una influencia directa.

P ¿estos nuevos sponsors se vieron reflejados en El Tiempo? ¿estos varían según la sede?

Todos los nuevos sponsors de la selección se vieron reflejados en El Tiempo, todos tuvieron su salida, algunos inclusive con una publicidad muy grande, todos tuvieron participación como anunciantes. Los anunciante no varían de acuerdo a la sede, varían mucho de acuerdo con como este jugando el equipo.

P ¿en algún momento se pidió desde el Tiempo la clasificación, se ejerció alguna presión?

No se ejerció ninguna presión, como tal, por la clasificación, sino que simplemente a medida que iba avanzando el equipo, iba creciendo la ilusión de todos esto se veía reflejado en las editoriales, pero presión como tal no hubo. Nunca se ejerció presión por una clasificación, yo he estado en las últimas 5 eliminatorias, y lo que siempre se intenta es ser un apoyo positivo para el equipo, pero nunca fue un “tiene que clasificar” ni nada por el estilo, simplemente un tratar de ser positivos, de empujar que de presionar. No creemos que dependa de nosotros para conseguir un resultado deportivo.

La posición editorial de nosotros fue la de apoyar a la selección, así como la de apoyar al sede de Barranquilla, primero porque la eliminatoria allá es otra cosa, se vive otro ambiente completamente diferente a lo que se puede vivir en Bogotá o en Medellín, uno compara el ambiente alrededor de la selección en los distintos lugares y en Barranquilla es una cosa completamente diferente, completamente positiva, lo que si vive allá, sobre todo cuando el equipo está andando. Y segundo

la comodidad que sienten los jugadores cuando están allá, entonces no tendríamos de ninguna manera el por qué estar en desacuerdo con la sede.

P ¿qué beneficios tiene para El tiempo como empresa, o para ustedes como periodistas, que la selección se clasifique al Mundial?

Se tienen muchísimos beneficios con que la selección se clasifique al Mundial, tanto como empresa como profesional. Por ejemplo cuando Colombia fue en 1998, El Tiempo envió a 5 periodistas, en Corea y Japón, que no se clasificó, más allá de la distancia lejana no se envió a ningún periodista, en Alemania, que tampoco se logró el objetivo, no fue nadie a cubrir desde el diario, en Sudáfrica, todavía sin la presencia cafetera, ya fueron dos personas, pero ahora que si está Colombia, El Tiempo vuelve a mandar a cinco enviados especiales. Esto sirve como ejemplo de lo mucho que aumenta el interés general, que si bien un Mundial es un tema muy importante, pues el hecho de que esté Colombia le da muchísima más importancia.

Si la selección no va se pierden oportunidades profesionales, que la selección este en el Mundial es una oportunidad para todos, si no se hubiera clasificado seguro que no se nos hubiera pasado por la cabeza de sacar un libro sobre una eliminatoria donde no se clasificó. Es una oportunidad profesional para nosotros y para las empresas.

P ¿qué relación tiene la publicidad en el medio, con la cobertura de la selección?

Existe una relación entre publicidad y cubrimiento, nosotros en el Tiempo manejamos una cosa que se le llama la densidad, que tiene que ver con todas las páginas que tienen el diario entre toda la publicidad que se tiene. Se debe cumplir con cierto porcentaje de páginas escritas, estamos hablando de 55 o 70%, no tengo el dato en este momento, entonces obviamente si hay más anunciantes, se debe cumplir con la densidad, entonces se debe aumentar el cubrimiento para cumplir con la norma, si hay más páginas el cubrimiento es mayor y cuando pasan estas cosas, como buenos desempeños deportivos, eso atrae anunciantes y el hecho de que haya más anunciantes, da más espacio de trabajo.

Manuel Ortega Ponce

P ¿Qué tanto aumentaba el cubrimiento cuando la selección jugaba?

El cubrimiento no aumenta la cantidad de páginas con las que dispone nuestra sección ya que nosotros contamos con un número mínimo y otro máximo que son inalterables. Lo que se hace es que la semana que juega la selección, se usan

unas páginas que uno podría destinar a beisbol u otros deportes, las dedica a la eliminatoria. Lo que también pasó es que secciones como locales, tendencias y sociales se agregaban notas sobre el partido, que normalmente entrarían en deportes, pero como por espacio no se puede, se les da color, se habla del fervor y se ubica allá.

P ¿qué aspectos se buscan resaltar y qué no puede faltar en el cubrimiento?

Desde El Heraldó se busca resaltar lo que los partidos le dejan a la ciudad, de todos es conocido que cuando llegan estos encuentros de selección Colombia, aumenta mucho la ocupación hotelera, no quedan habitaciones en la ciudad, los vuelos se incrementan, las ventas ambulantes, las ventas de camisetas, todo esto se toca allí, aunque aparentemente es lo mismo, uno trata de buscarle algo diferente. Y en el tema deportivo, lo mismo. Se vuelve una rutina y uno intenta buscar un tema diferente en el sentido de que por ejemplo se entrevistan a aficionados de las selecciones rivales que viven aquí.

P ¿se podría decir que en el relato de la prensa se incluye un poco el ambiente de la ciudad y los intereses económicos de la ciudad y del medio?

En el relato se incluyen los aspectos deportivos, el ambiente de la ciudad y los intereses económicos de todos. También en esto se vincula la alcaldía y realiza eventos, la misma Federación aprovechó de estas fechas para presentar patrocinadores, eso se cubre en menor medida pero también se cubre, es como un registro noticiosos que se hace del tema, se aprovechan muchas cosas, como la presencia de empresarios acá para hacer eventos, y esto se cubre también pero en menor escala.

P ¿los nuevos patrocinadores que sumó la selección, se vieron reflejados en El Heraldó o no tuvieron nada que ver?

Algunos de los nuevos sponsors de la selección pautaron en El Heraldó, no todos. La Federación organizaba eventos con el presidente y dos o tres jugadores, en el cual presentaban un nuevo patrocinador antes de cada partido en Barranquilla. Uno es un tanto cuidadoso en ese sentido, porque uno se cuida de no hacer publicidad gratis. En el caso de nosotros, siempre consultamos (a autoridades superiores) antes de publicar este tipo de eventos. Recuerdo que una vez salió un evento de Gillette y ese no salió en el diario. Por ejemplo, una vez hubo uno de Movistar, que anuncia en el diario, pero lo metimos pequeño, un registro una foto noticia, algo breve porque no es tan noticioso es algo más bien publicitario. En estos eventos los jugadores no hablaban con la prensa, tenían una intervención, pero contacto con nosotros no había, por lo que no era noticia.

P ¿Qué beneficios tiene para El Heraldó como empresa o para ustedes como periodistas que la selección se clasifique al Mundial?

Para nosotros como periodistas, los beneficios de que la selección se clasifique es la oportunidad de asistir a estos torneos. A mí siempre me preguntan, ¿usted va para el Mundial? yo siempre dije que si va Colombia tenemos una alta posibilidad de ir, evidentemente se motiva todo. Desde el punto de vista informativo tener la presencia de un enviado especial allá al lado de la selección es importante.

Para el Heraldó es muy rentable que la selección venga a Barranquilla porque por ejemplo de 10 patrocinadores que tenga la selección, es posible que 5 de ellos le pauten a El Heraldó. Como las páginas deportivas, en la semanas de Eliminatorias son muy leídas, generalmente esas empresas quieren pautar en ellas porque van a tener mucha lectura. Entonces El Heraldó capitaliza y se beneficia de todo ese movimiento.

P ¿se vende más el diario cuando juega la selección?

Se vende mucho más el diario cuando juega la selección. Aquí nosotros hacíamos un ejercicio que hacia una medición de audiencia mediante la cual se comprobó que los días posteriores a los partidos, en que la selección ganaba, El Heraldó tenía una venta enorme, hasta el punto que el periódico se agotaba. Todo esto es una muestra de los beneficios que el trae al periódico, y obviamente para uno también es halagador que en esos días, su crónica sea más leída que de costumbre.

P ¿Desde El Heraldó alguna vez existió presión para la clasificación?

Desde El Heraldó, siempre se alentó a que el equipo fuera en busca de la consecución de la victoria. Nuestros titulares trataban de motivar a la selección a conseguir el triunfo. Esto es un tema que se ha vuelto de interés nacional, tanto que inclusive viene el presidente a ver los partidos, entonces nosotros no nos podemos quedar atrás y debemos acompañar el fervor de la gente. Nosotros queremos que la selección gane porque esto representa beneficios para el país.

P ¿por qué una vez la selección se clasificó bajo un poco el cubrimiento?

Sí existió un cubrimiento inferior, en el partido contra Paraguay, fue porque este se jugó en Asunción y por esta razón no teníamos la información de primera mano, por tanto se reduce. Pero bueno desde el lugar de deportes siempre recordamos la importancia que tenía ese partido.

P ¿Desde la prensa nacional, alguna vez se criticó que la sede fuera Barranquilla?

Al principio de las eliminatorias se criticó que la sede sea Barranquilla, conforme pasaron los partidos esta opinión cambió. Sin embargo, todavía quedan voces que no están de acuerdo, por ejemplo desde sectores del concejo de Bogotá se sostuvo el equipo debió jugar allá, y tildó a la ciudad de estar atrasada. Pero con la selección ganado acá, muy pocos se atrevían a alzar la voz. Constantemente hay gente incomoda, y esa pelea va a ser siempre así, ten la seguridad que para las próximas clasificatorias va a ser lo mismo, va a haber mucha gente queriendo que la selección se vaya para Bogotá, y obviamente nosotros vamos a seguir peleando para que la selección se venga para Barranquilla.

P ¿por qué cree que se da, que se reclame a la selección desde otras ciudades?

Los mismos beneficios que tenemos nosotros acá, ellos también lo quisieran tener. A ellos les cuesta desplazar a todo un personal gigantesco, para hacer toda la transmisión gigante que ellos hacen. Los mismos patrocinadores, les cuesta más traer a toda la gente que invitan hasta Barranquilla, ya que ellos tienen el grueso de esa gente en Bogotá. Los grandes medios prefieren que esté en Bogotá, porque están más cómodos y es más rentable para ellos. Sin embargo, aquí prima un tema deportivo y hasta el día de hoy esta es y va a seguir siendo la casa de la selección.

P ¿Sí la selección jugará en Bogotá, cómo cambiaría el cubrimiento?, ¿qué tanto influyen los resultados en el seguimiento?

Lo realmente es importante en el aumento o disminución del cubrimiento no es la sede de los partidos sino el rendimiento deportivo de la selección. Si es una Colombia perdedora no te motiva a ti a acompañarla, el equipo debe tener posibilidades de clasificar. Por ejemplo, la mayoría de prensa que va al Mundial, va hasta donde llegue Colombia, muy pocos se van a quedar hasta el final. Por cuestión de costos, interés y calidad de la información se sigue mientras se va bien. No es que baje la audiencia, pero la información de Colombia si bajaría por lo que no justificaría la presencia periodística.

P ¿Sí la selección jugará en Bogotá, las editoriales sobre fútbol hubieran sido de deportes o no habrían tenido nada que ver?

Si la selección no jugaba en Barranquilla, los editoriales también hubieran sido sobre deportes y el equipo. Este es un tema que se vuelve de interés nacional y a la gente le gustaría conocer la posición del periódico con respecto a un evento

como ese. No se puede estar aislado de un tema que despierta tanto el interés de la gente.

P ¿Existe mayor pauta publicitaria cuando juega la selección?

Indudablemente aumenta muchísimo. Con los partidos de la selección, aparte de los anunciantes regulares, se atrae todo un mercado de publicidad específico, por ejemplo los bares deportivos que ofrecen ver el partido en pantallas gigantes, se anuncian hasta con el precio de las bebidas alcohólicas, pero no solamente establecimientos nocturnos, también restaurantes con reservaciones, los moteles, etc. La alcaldía también puso pantallas y se avisó en el medio.