UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL

Revista Un Caño:

Una forma diferente de pensar el Periodismo Deportivo

Anexo:

-Entrevistas

-Documentos

-La Revancha

Tesista: Mariano Hernán López

Domicilio: Acevedo 5011 - Mar del Plata

Teléfono: 0223 156085318

Legajo: 11.554/6

Correo electrónico: marianohlopez@hotmail.com

Director: Lic. Reynaldo Claudio Gómez

Co-Director: Lic. Andrés López.

Entrevistas

Entrevista con Mariano Hamilton

Integrante del Consejo de Dirección de Un Caño

- *¿Cómo surge la idea de hacer Un Caño y qué idea de periodismo deportivo se puso en juego?*

- La idea de la revista la tiene Ralph Rothschild, que en aquel momento editaba La Mano, después de una recorrida por los kioscos para la revista El Boletín. Allí, algunos kiosqueros, le dijeron que hacía falta una revista deportiva y él tomó el guante. Ahí convocó a Fabián Mauri, ex fotógrafo de El Gráfico y en aquella época editor fotográfico de La Mano y lentamente se empezó a llamar a la gente y a armar el proyecto. La idea fue hacer una revista de deportes, cultura y política, ya que todos los que fuimos llamados estábamos más cerca de otros aspectos del periodismo que del deporte más crudo y duro.

- *¿Cómo se financiaba la revista y cuál era la tirada mensual que tenía?*

- La revista la financiaba Ralph y se sostenía con la venta de tapa y la publicidad. Se tiraron primero 20 mil ejemplares y luego se fue bajando hasta llegar a los 10 mil. Ese fue el número cuando salió el número 16, es decir el último de la primera etapa.

- *¿Cómo se seleccionaba el material que se publicaba en Un Caño?*

- Nos juntábamos en el Consejo de Redacción y armábamos un sumario con las cosas que nos parecían interesantes. También teníamos el aporte de colaboradores externos.

- *¿De qué manera se conformó el staff periodístico de la revista?*

- El primero fue Fabián Mauri y enseguida ingresamos al equipo Alejandro Caravario y yo. Luego convocamos al resto del equipo. Los nombres del grupo duro que creó la revista los tenés en el Consejo de Dirección actual.

- *Las diferentes secciones, como por ejemplo "El día en que" o "Me fui a los caños" ¿fueron ideas grupales o surgieron de los encargados de firmar esas notas?*

- Es muy difícil decir si fueron ideas de uno o de todos. Surgieron en reuniones creativas sin que nadie se haya apoderado de la idea. Todas las secciones surgieron, eso sí, del Consejo de Dirección y después se fueron eligiendo a los autores.

- *¿Qué diferencias encontrás en el trabajo que hacés en Un Caño y el que realizás en otros medios?*

- Ninguna. Un Caño es una revista autogestionada periodísticamente. Es una revista horizontal en donde todas las decisiones se toman por consenso. No hay un jefe claro y cada uno asume su rol.

- *¿Tuvieron algún tipo de problemas, legales o de otro tipo, surgidos a partir de los contenidos que se publicaban?*

- Nunca.

- *¿Sufrieron algún tipo de presión desde dirigentes del fútbol o desde sectores políticos?*

- No tuvimos represalias explícitas pero las empresas más cercanas a la AFA no pusieron nunca publicidad en la revista con la excusa de que estábamos en contra de Grondona. Un ejemplo fue Adidas.

- *¿Por qué se dejó de editar la revista en diciembre de 2006?*

- Porque no cerraban los números. Vendíamos 4 mil revistas y no teníamos publicidad. Ralph perdía plata y entre todos decidimos discontinuarla porque era un delirio. Hicimos dos o tres números sin cobrar pero al final ni siquiera se recuperaba la plata de la imprenta. Hoy, raramente, pasa algo diferente. Se vende más del doble y la publicidad va creciendo.

- *¿Cuál es el público al que se apuntaba llegar con la revista?*

- No teníamos pensado un público en especial. La idea era hacer una revista que nos gustara y de ahí, suponíamos, podíamos generar interés en sectores medios de la sociedad. Gente no sólo circunscripta a la pelota sino también ocupada en temas políticos y culturales.

- *¿Mediante qué canales se buscó difundir el producto?*

- No teníamos plata por lo que la difusión fue artesanal. Sobre todo, a través de amigos que estaban en diferentes medios de comunicación.

- *Llama la atención que tanto los títulos como las bajadas parecen escritos por alguien distinto del encargado de las notas. ¿Qué se buscó con ese recurso y quién es el encargado de redactarlos?*

- El título y las bajadas los hace el editor. Efectivamente es alguien distinto al que escribe las notas. No se busca nada en particular, más allá de hacer una revista coloquial. Los encargados somos varios: Llonto, Caravario, Cheb, Colonna y yo; básicamente.

- *Los informes especiales se realizan con diferentes firmas escribiendo desde diferentes costados sobre un mismo tema. ¿Cómo los organizan?*

- Nos reunimos, planteamos los enfoques y repartimos entre los interesados a tocar cada uno de los temas. También abrimos el juego a personas que no están en la reunión del grupo duro de la redacción y aceptamos las diferentes propuestas.

- *La sección en la que se hablaba de los medios de programas deportivos eran firmadas por Federico J. ¿Era el seudónimo de alguien que no podía firmar con su nombre real? Creo que en el caso de Ruido de pelotas, las historietas que salieron en los primeros números, pasaba algo parecido.*

- Federico J. era un seudónimo de un periodista de Clarín del que, por obvias razones, no te voy a dar el nombre. Ruido de pelotas era firmada por sus autores, quienes usaban esas firmas de modernos que son.

- *El caso de Juan Ignacio Beltrán, que escribía sobre tenis en la primera etapa… ¿era parecido?*

- Claro, Juan Ignacio Beltrán es el seudónimo de otro periodista de Clarín, del cual tampoco te puedo dar referencias porque eligió el anonimato. Muchos periodistas que se han acercado a la revista escriben con seudónimos porque sus empresas los tienen cautivos de la exclusividad. Si yo te dijera los nombres rompería el acuerdo que teníamos con ellos.

Entrevista con Pablo Llonto

Secretario de Redacción de Un Caño

- *¿Cómo es el proceso de selección de temas para cada número de la revista?*

- En primer lugar nos juntamos en una reunión de elaboración de pauta y lanzamiento de temas a comienzos de mes. Allí se reciben entre 20 y 30 propuestas de notas, además de las de estudiantes de periodismo deportivo o de periodistas recién recibidos. Esa cifra es por mes. Se evalúan muchas de ellas y se las aprueban, de hecho es una revista que cambia sus firmas todos los meses. Se aceptan aportes de todo el país. Se encargan las notas por mail. No tenemos redacción, laburamos como redacción virtual. Entre el 20 y 25 de cada mes nos juntamos en la casa de Alicia (Sliwkin), la diseñadora y allí "plantamos" las notas, las corregimos y las terminamos de editar. La edición gruesa se hace por mail. A veces las notas prediseñadas las manda Alicia por PDF y las vemos todos y opinamos, especialmente la tapa.

- *¿La forma de trabajo ahora es la misma que en la primera etapa de la revista?*

- Sí, en general la forma de trabajo es la misma, la diferencia es que antes a veces íbamos una vez por semana a un lugar físico que era la sede de la revista La Mano y ahora se hace todo por conexiones a Internet.

- *¿Cómo definirías la línea editorial de la primera etapa de Un Caño?*

- Fue exactamente la misma que ahora: cuestionadora de los poderes en el deporte, con mucha memoria y en búsqueda de rescatar a los grandes olvidados del deporte. Tratamos de hacer una revista que no fuera obsecuente como son el resto de las redacciones deportivas.

- *¿Las decisiones de qué entra y qué no las toman entre el Consejo de Dirección o hay algún encargado con mayor poder de decisión?*

- En las primeras dos semanas nos manejamos con el Consejo de Dirección opinando en la medida que las ocupaciones de los demás lo permiten. Después, en las dos últimas semanas las decisiones recaen en Mariano Hamilton, Fabián Mauri y yo; y en diseño, en Alicia.

- *¿De qué manera convocan a los estudiantes de periodismo para las notas? ¿Llegan por mail o ustedes hacen algún tipo de búsqueda?*

- La relación con estudiantes de periodismo o periodistas recién recibidos es por mail, ellos mandan sus ideas y sus sumarios a la dirección de mail de la revista. Una vez que las recibimos se llevan a la reunión de principio de mes y las que gustan, quedan.

Entrevista con Sebastián Domenech

Ilustrador de Un Caño

- *¿El concepto de las ilustraciones lo elegís vos después de leer las notas, después de que te cuentan de qué tratan o simplemente trabajás a pedido de los responsables de la revista?*

- Mirá, en la primera etapa empecé trabajando a pedido y de a poco fui sumando ideas y proponiendo cosas. En esta segunda etapa tengo mucha más participación, si bien no soy el que decide. Pero formo parte del proceso de elección del tema.

- *De las portadas que hiciste para la primera etapa, hay dos de las que me gustaría saber cómo fue el proceso de creación. La primera es aquella en la que aparece Grondona siendo entrevistado por cuatro periodistas. ¿Se buscó cambiar algún rasgo en los cabellos de los periodistas, para que no quede tan claro de que se trataba de Palacios, Liberman, Titi Fernández y Benedetto?*

- En esa de los periodistas, sí. Me acuerdo que se cambio la ilustración, aunque en esa época yo no interfería en la elección y solamente tuve que hacer los cambios que me pidieron.

- *La otra, es la del número 12, la de "Don Julio y sus cometas", en la que aparece un equipo formado por distintos personajes del fútbol…*

- Antes que nada te cuento que el proceso es casi el mismo siempre, generalmente le doy mucha importancia a la creación del personaje, para esto hago un estudio previo con varios bocetos. Una vez logrados los personajes ya es más fácil componer la ilustración y más en ese caso que era recrear una formación de equipo. Me pareció muy divertido que no sean deportistas ya que era interesante para ilustrar los cuerpos viejos y gordos en el mayor de los casos, jajaja.

- *¿Cómo tomás tu trabajo en la revista, teniendo en cuenta lo fuertes que suelen ser tus ilustraciones? Digamos que al ser una revista comprometida, en tus trabajos suele haber una marca editorial fuerte, más allá que lo hagas por fuera del periodismo escrito.*

- Generalmente tengo participación en las reuniones de tapa, a veces toman en cuenta mis ideas y otras simplemente aporto desde el laburo o interpretación de la idea que decidió el directorio de la revista. A veces estoy de acuerdo y otras no tanto, pero generalmente estoy conforme.

- *Leí que en el concepto buscás inspiración en Mark Fredrickson. ¿Cómo se llama el estilo de tus ilustraciones, cómo lo llevás a cabo y cuánto te lleva trabajar en una de esas que aparecen en tapa?*

- Con respecto a la inspiración a mí me gusta trabajar con referencias de los ilustradores que me gustan, como una guía. Los consulto siempre y trato de sacar lo mejor de cada uno para poder armar mi estilo. El estilo, no sé… No tiene un nombre, yo me considero un ilustrador. El tiempo que me lleva cada tapa tiene variantes, en este caso estoy haciendo una tapa con muchos personajes entonces lo tendré listo en unos 5 días más o menos.

- *¿Con que herramientas técnicas trabajás?*

- Trabajó a partir de fotos, en la computadora y con una herramienta que se llama Wacom, que es como una tableta con un lápiz. Para que lo entiendas mejor te recomiendo un post que hice al respecto en mi blog de La Nación, donde cuento en detalle un proceso de trabajo.

Revistas deportivas que se editaron en Argentina dentro del período 2005-2006

Como ya se explicitó en el presente trabajo, el periodismo gráfico en la Argentina tiene una larga tradición. Tanto es así que se ha convertido en referente para la mayoría de los países de habla hispana. Desde la primera revista del género, aparecida en 1886, hubo cientos de publicaciones que se dedicaron a reflejar el mundo del deporte y promover su práctica.

Ya en el siglo XXI y pese a que Internet y las nuevas tecnologías redefinieron la forma de consumo de la información, incluyendo la deportiva, las revistas siguieron teniendo presencia en la calle. Como ejemplo sirve un recuento de las publicaciones deportivas que se editaron en algún momento entre junio de 2005 y diciembre de 2006, mientras estuvo en la calle la primera época de Un Caño. Dentro de la lista se destacan las publicaciones dedicadas al automovilismo, y al deporte como forma de vida o práctica para el tiempo libre. Además, existen medios que cubren disciplinas que suelen ser practicadas por gente de alto poder adquisitivo, como el rugby, el polo, el esquí o el golf. Un párrafo aparte merecen las revistas de turf, específicas de cada hipódromo, en las que el deporte está vinculado fuertemente con las apuestas.

Obviamente se trata de un listado parcial, ya que no hay informaciones oficiales al respecto. Simplemente se incluyeron aquellas revistas reconocidas por contar con distribución en kioscos de diarios y revistas de Capital Federal y el Gran Buenos Aires. Se han dejado afuera a una innumerable cantidad de publicaciones que se desarrollan en diferentes lugares del país y que suelen repartirse o venderse en clubes, gimnasios y otros ámbitos deportivos.

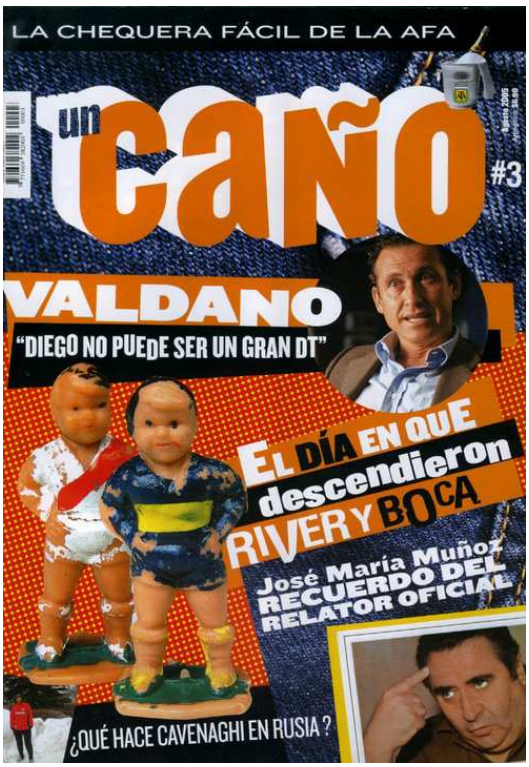
Atletismo	RUNNERS WORLD *Editorial Motorpress Argentina* *Mensual*
Automovilismo	CAMPEONES *ALCAI* *Semanal* CRONO *Crono Producciones* *Semanal* CRONO TC *Crono Producciones* *Semanal* CRONOMETRANDO *Crono Producciones* *Semanal* ONE *ALCAI* *Mensual* PILOTOS Y CATEGORIAS *Gustavo Alejandro Miranda* *Quincenal* SOLO TC *Elena Rudoni* *Quincenal*
Básquet	BASQUET PLUS *GW Medios* *Mensual* LINEA DE 3 *AVC Desarrollos deportivos* *Mensual*
Boxeo	RING SIDE *Mensual*
Ciclismo	BICICLUB *Editorial Gabinio* *Mensual* CICLISMO A FONDO *Editorial Motorpress Argentina*

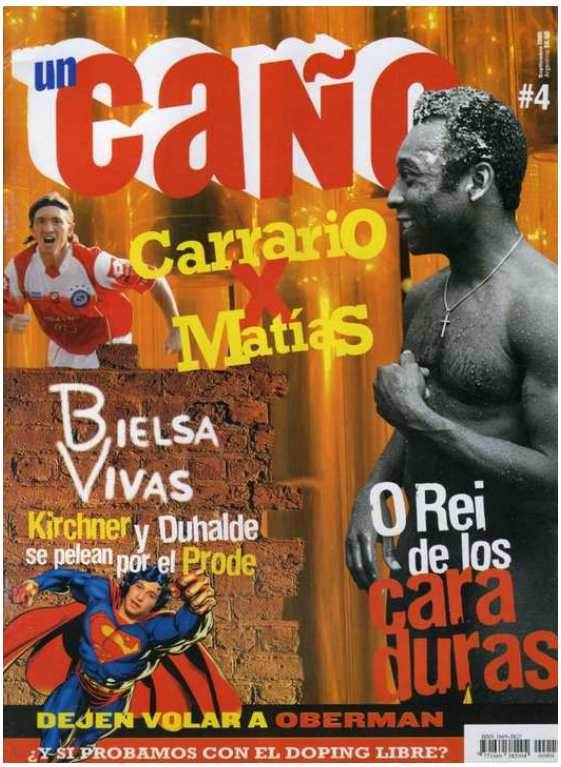
	Mensual CICLISMO XXI *El Ojo Comunicaciones* *Mensual*
Deportes y tiempo libre	CUERPO Y MENTE EN DEPORTES Editorial Agedit Mensual EL PATO Ediciones Nativa Mensual SPORT LIFE *Editorial Motorpress Argentina* *Mensual* TIEMPO DE AVENTURA *Editorial Aver* *Mensual* VIDA SALVAJE *Editorial Vida Salvaje* *Mensual* WEEKEND *Editorial Perfil* *Mensual*
Fisicoculturismo	CUERPO MEJOR *Editorial Ideas Vivas* *Mensual*
Fútbol y deportes en general.	EL GRAFICO *Editorial Avilacab* *Mensual* FOX SPORTS *Mensual* FUTBOL HISTORIA Y ESTADISTICA *Editorial Perfil* *Ocasional* UN CAÑO Editorial Dos a Cero Mensual

	UN SIGLO DE FUTBOL ARGENTINO Editorial Perfil Quincenal
Golf	GOLF DIGEST *Editorial Avilacab* *Mensual* GOLF STYLE *In Sports Marketing* *Mensual*
Polo	POLO MUNDIAL *Editorial Mundial* *Mensual*
Rugby	PRE MATCH *Editorial Pre Match* *Mensual* RUGBY MUNDIAL Rugby Mundial *Bimestral* SCRUM *A pleno rugby* *Mensual*
Ski	SKI MUNDIAL *Editorial Mundial* *Estacional*
Tenis	GRIP *Editorial Argentime* *Mensual* SOLO TENIS *Editorial Link Creativo* *Bimestral* TENIS MAÑANA *Editorial Serra & Benedetti* *Mensual* TENIS MUNDIAL *Editorial Mundial* *Mensual*
Turf	PALERMO AZUL - HIPODROMO DE LA PLATA *Turf S.A.C.I.F.e I.*

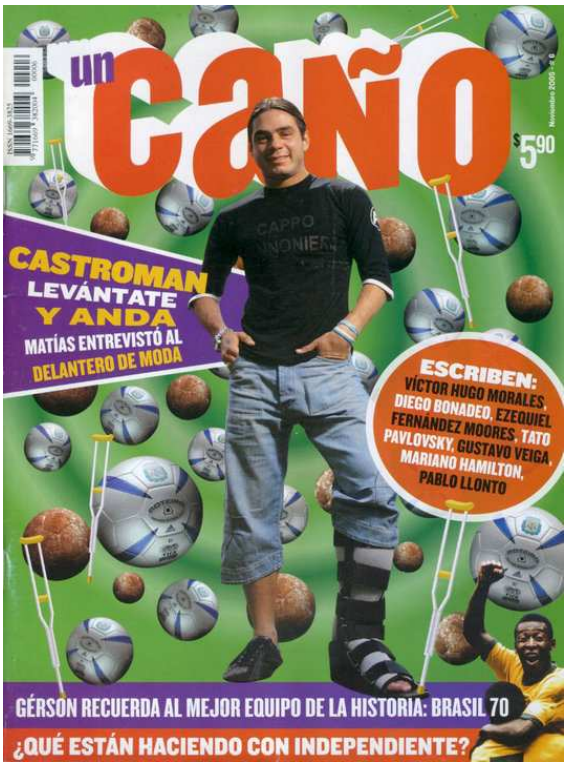
	Bisemanal PALERMO BLANCA *Turf S.A.C.I.F.e I.* *Semanal* PALERMO ROSA - HIPODROMO ARGENTINO *Turf S.A.C.I.F.e I.* *Bisemanal* PALERMO ROSA - HIPODROMO DE SAN ISIDRO *Turf S.A.C.I.F.e I.* *Bisemanal*

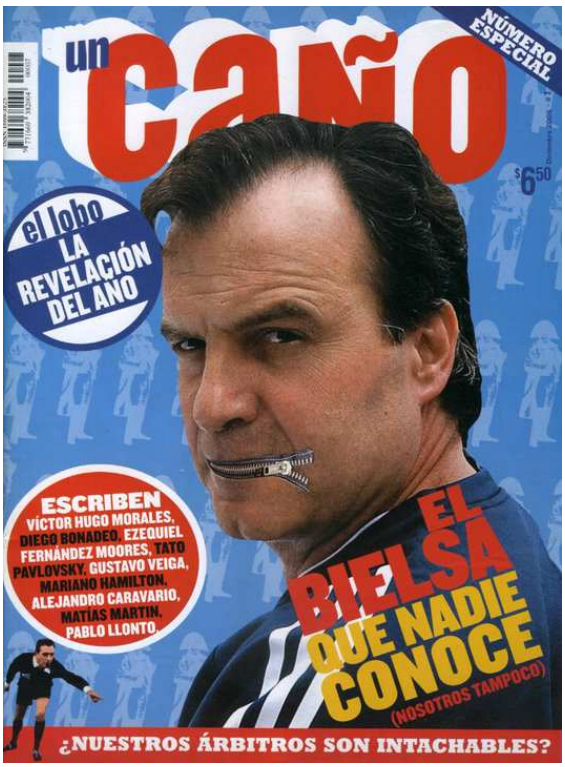
Tapas de la Primera etapa de Un Caño



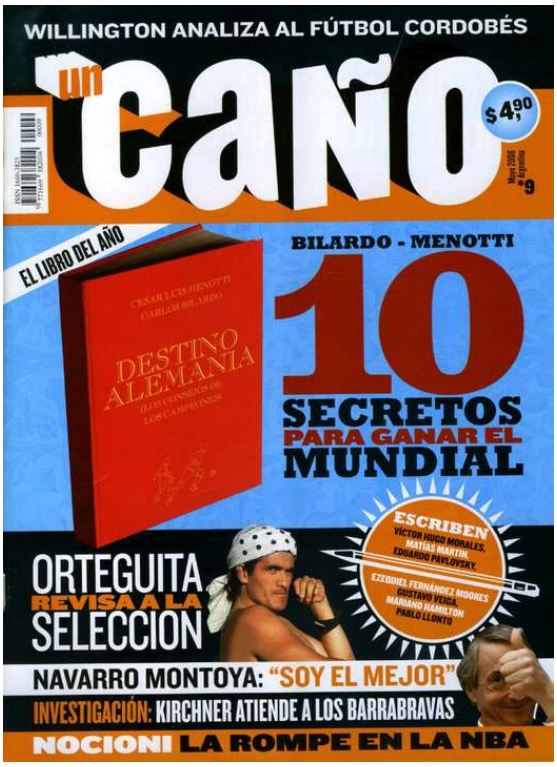


un caño
#5
¿HAY UN NUEVO DIEGO?
RESPONDEN
VÍCTOR HUGO MORALES
MATÍAS MARTIN
ALEJANDRO CARAVARIO
PABLO LLONTO
EZEQUIEL F. MOORES
IR A LA CANCHA, UNA NUEVA MANERA DE SUICIDARSE
FASOLITA TAMBIÉN JUGABA A LA PELOTA


un caño
$5.90
CASTROMAN
LEVÁNTATE Y ANDA
MATÍAS ENTREVISTÓ AL DELANTERO DE MODA
ESCRIBEN:
VÍCTOR HUGO MORALES, DIEGO BONADEO, EZEQUIEL FERNÁNDEZ MOORES, TATO PAVLOVSKY, GUSTAVO VEIGA, MARIANO HAMILTON, PABLO LLONTO
GÉRSON RECUERDA AL MEJOR EQUIPO DE LA HISTORIA: BRASIL 70
¿QUÉ ESTÁN HACIENDO CON INDEPENDIENTE?


un caño
NÚMERO ESPECIAL
$6.50
el lobo
LA REVELACIÓN DEL AÑO
ESCRIBEN
VÍCTOR HUGO MORALES, DIEGO BONADEO, EZEQUIEL FERNÁNDEZ MOORES, TATO PAVLOVSKY, GUSTAVO VEIGA, MARIANO HAMILTON, ALEJANDRO CARAVARIO, MATÍAS MARTIN, PABLO LLONTO
EL BIELSA QUE NADIE CONOCE
(NOSOTROS TAMPOCO)
¿NUESTROS ÁRBITROS SON INTACHABLES?

un caño
Febrero 2006 - # 8
$6.50
SE BUSCA ARQUERO
LLAMAR A PEKERMAN
ESCRIBEN
MATÍAS MARTIN, VÍCTOR HUGO MORALES, EZEQUIEL FERNÁNDEZ MOORES, GUSTAVO VEIGA, MARIANO HAMILTON, PABLO LLONTO.
KUN HABLAR DE FÚTBOL
GÁMEZ VA POR LA AFA


WILLINGTON ANALIZA AL FÚTBOL CORDOBÉS
un caño
$4,90
Mayo 2006 Argentina
#9
EL LIBRO DEL AÑO
DESTINO ALEMANIA
BILARDO - MENOTTI
10
SECRETOS
PARA GANAR EL
MUNDIAL
ESCRIBEN
VÍCTOR HUGO MORALES.
MATÍAS MARTIN.
EDUARDO PAVLOVSKY.
EZEQUIEL FERNÁNDEZ MOORES.
GUSTAVO VEIGA.
MARIANO HAMILTON.
PABLO LLONTO.
ORTEGUITA
REVISA A LA
SELECCION
NAVARRO MONTOYA: "SOY EL MEJOR"
INVESTIGACIÓN: KIRCHNER ATIENDE A LOS BARRABRAVAS
NOCIONI LA ROMPE EN LA NBA

NÚMERO ANIVERSARIO
un caño
$4,90
Junio 2006 Argentina
#10
FINAL
FELIZ
ENCUESTA MUNDIAL:
LA MAYORÍA SUEÑA CON
ARGENTINA - BRASIL
LA REVANCHA DEL
CAPITÁN
ESCRIBEN
VÍCTOR HUGO MORALES.
EDUARDO PAVLOVSKY.
ALEJANDRO CARAVARIO.
GUSTAVO VEIGA.
DIRIGENTES DE AFA:
LIVIN' LA VIDA LOCA EN ALEMANIA

LA RESACA DE ALEMANIA 2006
un caño
$4,90
Julio 2006 Argentina
#11
ITALIA:
El triunfo del mal
el Plan K
PARA TOMAR
LA AFA
Bochini:
"Quiero un DT audaz"
Escriben
VÍCTOR HUGO MORALES
EZEQUIEL FERNÁNDEZ MOORES
MATÍAS MARTIN
ALEJANDRO CARAVARIO
GUSTAVO VEIGA
MARIANO HAMILTON
PABLO LLONTO
GRND NA
C LPABLE
SE SUPO EL TRAUMA DE ROMÁN

NÚMERO RECONTRA ANIVERSARIO
un caño
$4,90
Agosto 2006 Argentina
#12
DON JULIO
Y SUS COMETAS
(La solución argentina para la
corrupción del fútbol italiano)
Escriben:
MATÍAS MARTIN
VÍCTOR HUGO MORALES
EZEQUIEL FERNÁNDEZ MOORES
GUSTAVO VEIGA
ALEJANDRO CARAVARIO
MARIANO HAMILTON
PABLO LLONTO
Semblanzas deportivas: cuando Houseman
jugó borracho / Bilardo / Aguilar / Aragonés /
Escuelas de periodismo / Mundial de básquetbol

SOLUCIÓN ARGENTINA A LA CORRUPCIÓN ITALIANA (parte II)
un caño
$5,90
#13
¿EN QUÉ INVIERTEN SU DINERO LOS JUGADORES?
DESTINO
Verón: "En Estudiantes me quieren hace 40 años".
Kily: "Los argentinos somos ventajeros".
Escriben:
MATÍAS MARTIN
VÍCTOR HUGO MORALES
E. FERNÁNDEZ MOORES
ARIEL SENOSIAIN
AARON TENAB
GUSTAVO VEIGA
MARIANO HAMILTON
PABLO LLONTO

LA VOLPE: "QUIERO ENTRAR EN LA HISTORIA"
"PASSARELLA SI VOS LADRAS, TE VIENE EL DOBLE"
SOLUCIÓN ARGENTINA PARA LA CORRUPCION ITALIANA (3a parte)
octubre 2006 # 14 - Argentina
un caño
$5,90
DÍAZ: "ME MEREZCO ESTE MOMENTO"
CAMPAGNUOLO "EN EL FUTBOL ME HAGO MALA SANGRE, EN LA VIDA NO"
LAVEZZI: "A SAN LORENZO LO VEO BIEN"
PERSONAJES: EL CHE Y EL FÚTBOL - ROJITAS - OBDULIO VARELA
Escriben:
MATÍAS MARTIN
VÍCTOR HUGO MORALES
E. FERNÁNDEZ MOORES
AARON TENAB
GUSTAVO VEIGA
ALEJANDRO CARAVARIO
ARIEL SENOSIAIN
PABLO LLONTO

EL OLOR A PODRIDO DE LOS JUEGOS ODESUR
un caño
$5,90
#15
EL PERIODISMO ALCAHUETE (y el otro)
ENCUESTA UN CAÑO:
Los mejores y los peores periodistas deportivos
PALERMO: "LOS INSULTOS ME AGRANDAN"
WANCHOPE: "QUIERO DEJAR HUELLAS EN CENTRAL"
Escriben:
VÍCTOR HUGO MORALES
E. FERNÁNDEZ MOORES
GUSTAVO VEIGA
ALEJANDRO CARAVARIO
MARIANO HAMILTON
PABLO LLONTO
AARON TENAB
ARIEL SENOSIAIN

SÍ, HAY UN DEPORTE DIGNO AUNQUE NO LO CREAS
¿DE DÓNDE SALIÓ RODRIGO PALACIO?
Escriben:
VÍCTOR HUGO MORALES
EZEQUIEL FERNÁNDEZ MOORES
GUSTAVO VEIGA
MARIANO HAMILTON
PABLO LLONTO
AARON TENAB
ARIEL SENOSIAIN
un caño
$4,90
#16
ROMAN NO CORRAS
PERSONAJES 2006
(La fiesta que no pudimos hacer)

La Revancha de Un Caño

En septiembre de 2009 llegó a los kioscos el número 17 de Un Caño. Con el mismo logo de la primera etapa y el agregado de "La Revancha", a manera de subtítulo, reapareció la publicación que de acuerdo a un auto anuncio hecho por Internet los días previos, "estaba por convertirse en leyenda".

Con el título de "Todo queda" y una ilustración de Sebastián Domenech que ocupaba casi toda la portada, se podía ver a Julio Grondona parado en un balcón de la Casa Rosada tomándose los genitales y con un claro gesto de alegría. La frase de la tapa hace alusión a la célebre "Todo pasa", que está escrita en uno de los anillos usados habitualmente por el presidente de la AFA y que sirve para graficar la ruptura comercial de la máxima entidad del fútbol argentino con TyC y el Grupo Clarín; y el posterior vínculo con el Estado. En la parte inferior de la tapa quedó el anuncio del informe que a priori era el elegido para el regreso: Lionel Messi, un crack virtual.

Dentro de un círculo de la parte superior derecha se anunciaban los periodistas y colaboradores más importantes que "jugaban" en el primer número: Víctor Hugo, Capusotto, Bonadeo, Symns, Fernández Moores, Fabbri, Iucht, Pacini, Casas, Veiga y más.

El tamaño, tipo de papel y formato de la revista se renovaron. Uno de los cambios notorios fue que la publicación se achicó, adoptando una medida de 20 x 28 centímetros, cercana al estándar de la mayoría de las revistas (21 x 28). Por otro lado engrosó su papel, tomando un couché de más alto gramaje (que bajaría notablemente su calidad en el número siguiente) y se modernizó a través del encuadernado. Se optó por un hotmelt con lomo impreso que ayuda a la identificación de los ejemplares a la hora de coleccionarlos (allí se incluye el nombre, número de edición, la

fecha y el título principal), reemplazando el viejo formato con ganchos metálicos: aquel que permitía desarmar la revista desde las páginas centrales.

El editor de la primera etapa se hizo cargo de redactar el texto inicial del regreso. Allí se explicaba el porqué de la desaparición silenciosa de 2006, la alegría por la vuelta y los objetivos de la revista en esta etapa que comenzaba.

"Luche y vuelve

¡Volvimos! Y en esta fiesta de locura y mercantilismo feroz seguimos libres luchando por la poesía del fútbol. Pasaron ya dos años y unos meses desde nuestro último grito. Todo sigue igual: los mismos personajes, el mismo sainete. Bah, casi igual… La brecha entre el norte y el sur sigue estirándose. A Messi le ofrecen un cheque en blanco en el fútbol inglés y aquí jugadores que sueñan con jugar en el Primer Mundo siguen tomando el bondi hacia el entrenamiento rezando que les paguen. Dentro de la economía de nuestro país los indicadores son: Mc Donald's, Indec, precio de la soja y exportación de futbolistas. Este año bajó tanto que grandes como River Plate no pueden comprar ni medio jugador. Es entonces cuando Don Julio se cruza con Cristina y el gran diario argentino aclara que decidió retrasar el cierre del correo de lectores por dos horas esperando una carta que exprese un punto de vista diferente al de Clarín. Y ya todos saben que detrás de cada noticia hay un interés.

Cuando a principios del 2005 nos juntamos en un bar, pensamos en brindar una mirada distinta frente a la sobreabundancia de medios deportivos. Nuestro sueño fue la libertad; volver a darle la belleza a un 'deporte' que se convirtió en un símbolo de lo que es este planeta: poder, corrupción, negocios, televisión.

Esos sueños se estrellaron contra la realidad. ¡Nos fundimos! Pero quedamos en la memoria de muchos que nos halagaban desde Internet. Tenemos ahora nuevo editor. Confiamos en él y en su compromiso de respetar a rajatabla nuestra independencia. Él dice que 'como somos un lujo, tenemos que salir lujosamente'. Y aquí estamos, con lindo papel y cuidada diagramación, pero con la furia de siempre.

Pero lo más lindo de todo es que somos los mismos del bar más otras lujosas plumas que se suman… Y a los que nos llamaban desde Internet ya nos encuentran en www.facebook.com/revistauncanio y próximamente en www.revistauncaño.com.ar

Dicen que ahora todo pasa por las redes sociales. Veremos. Mientras tanto seguimos enamorados del papel. Todos los meses en el kiosco… Esperando que algún jugador se inspire y nos recuerde lo lindo que es un caño.

Ralph Rothschild"[1]

Secciones clásicas y novedades

Con una estética un tanto renovada, se siguió presentando la editorial de cada número en la página 3, donde ya no estaba de la foto de Matías Martin que se usó habitualmente allí durante la primera etapa. Para reemplazarla se eligió la imagen de una cancha de futbol con escaso césped y una inmóvil, vieja y ajada pelota de cuero, con muy pocos gajos en su lugar.

El staff de la "Segunda época" presentó un cambio significativo en relación al número 16, de diciembre de 2006. La mayor diferencia fue sin dudas la eliminación de la figura del director único y de fuerte impacto mediático, que pasó a formar parte del de un Consejo de Dirección. Este

[1] ROTSCHILD, Ralph "Luche y vuelve" en Revista Un Caño, número 17, página 3, Editorial Dos a cero, septiembre de 2009

era integrado en ese número por periodistas que ya estaban en la primera etapa: Alejandro Caravario, Christian Colonna, Pablo Cheb Terrab, Mariano Hamilton, Pablo Llonto (que también asumió el cargo de Secretario de Redacción), Matías Martín, Fabián Mauri (a su vez Editor de fotografía), Víctor Hugo Morales, Ralph Rothschild, Ariel Senosiain y Adrián Soria. En tanto Alicia Sliwkin y Alejandro Lingenti se convirtieron en directora de arte y corrector, respectivamente.

Otra novedad fue la de algunos colaboradores que jamás habían prestado su pluma para la revista, muchos de ellos reconocidos periodistas deportivos de distintos medios, tanto gráficos como radiales y televisivos: Gonzalo Bonadeo, Alejandro Fabbri, Román Iucht, Fernando Pacini, Enrique Symns y Norberto "El Ruso" Verea.

En cuanto a las secciones, muchas de las que habían aparecido en la primera etapa de Un Caño continuaron. "Picado", por tanto, ocupó seis páginas; las primeras tres luego de la editorial y otras tantas desperdigadas en diferentes lugares de la revista. Dentro de "Picado", diferentes subsecciones aparecieron por primera vez y se ganaron un lugar en los números siguientes. Uno de estos se tituló "Como lograr un buen servicio (más allá de los courts…)" firmado por un periodista con el seudónimo de Roscoe Tanner, cómo aquel tenista norteamericano que en la década del '70 se destacó por su poderoso saque en las canchas del circuito de la ATP. Se trataba de una pequeña columna humorística en la cual supuestamente el ex deportista está en Buenos Aires explorando el Rubro 59 de los diarios (aquel en el que se ofrecen los servicios sexuales de las prostitutas). Para justificar la relación entre esto y el deporte, se dice que "se trata de un mundo de dobles mixtos en el que, paradójicamente, si bien lo que domina es el polvo, ellas prefieren el veloz juego de canchas rápidas. Nada de peloteo…".[2]

[2] Revista Un Caño, número 17, página 6, septiembre de 2009.

Otra novedad dentro del "Picado" que invitaba a "jugar" Un Caño fueron las frases célebres de futbolistas, que lograron notoriedad por razones de excelencia deportiva, o por destacarse en otro tipo de situaciones. En el número inicial de la "Revancha", se eligieron declaraciones de George Best, el máximo ídolo de la historia del Manchester United, muerto en 2005 luego de una vida repleta de buen fútbol y excesos fuera de la cancha.

En el número 18 aparecía otro subespacio en el que "Un Caño rinde homenaje a la revista Labores y a la sesentista frase 'me cago en la elegancia', e incorpora a una compañera que mucho sabe de tendencias, diseños, peinados y sex appeal"[3]. El espacio, firmado por Cecilia Di Genaro, buscaba explorar en la creciente relación entre los mundos de la moda y el deporte. Para la columna inicial se eligió al personaje emblema de este tipo de prácticas: el entrenador Diego Simeone. La periodista se dejó ver como una crítica al dudoso gusto que los protagonistas del deporte tienen a la hora de vestirse cuando no se encuentran con la indumentaria propia de su disciplina. Con humor e ironía, se buscó descomprimir el conservador círculo del fútbol.

Pablo de Biase, por su parte, regresó con los textos que "se convirtieron en piezas literarias testimoniales" del deporte. En el regreso de Un Caño arremetió con "El día en que Chile salió campeón del mundo", una historia en la que se narran una serie de acontecimientos ocurridos años después de que la selección trasandina se quedara con el Mundial Sudáfrica 2010, tras ganarle la final a Argentina.

También se retomó "Grandes momentos del deporte" y se eligió otra vez una foto de las marineritas, porristas del club Almirante Brown, que suelen pasearse con poca ropa en la previa de los partidos del club de La Matanza. La imagen elegida era la de una de las chicas y los gestos

[3] Revista Un Caño, número 18, página 59, octubre de 2009.

libidinosos de los miembros masculinos de la hinchada detrás del alambrado, generando el título de "¡A desalambrar!".

"Otras yerbas" es el nombre del primer espacio que Un Caño decidió otorgar a menesteres ajenos totalmente al deporte, pero que se supone pueden interesarle al lector medio. Con la firma del corrector de la revista, Alejandro Lingenti, que a su vez es un especialista en cine y música de rock. El periodista, de dilatada trayectoria, sobre todo en La Rock and Pop, se encarga mes a mes de recomendar discos, películas y cuanto material interesante de acuerdo a su óptica aparezca editado en la Argentina.

"La entrevista de Matías", que apareció en la primera etapa de Un Caño, continúa con el nombre de "Mano a mano con Matías", un espacio en el que periodista y entrevistado cuentan con protagonismo. Aunque se le da énfasis a las respuestas del protagonista del deporte, el atractivo del espacio tiene que ver con la notoriedad de quien hace el reportaje. Como siempre, la charla de café se transcribe de manera casi textual y se acompaña con fotografías del encuentro. En el primer número del regreso, el elegido por Matías Martin para ser entrevistado fue Cristian Bassedas, mánager de Vélez, por entonces campeón reinante del fútbol argentino.

"El quinto whisky" siguió cerrando cada una de las ediciones de Un Caño. Pero en esta nueva etapa tuvo una característica distintiva: siempre se remitió a temas de actualidad. Fue así que en las cuatro ediciones de 2009, esas reflexiones delirantes se basaron en episodios que por esos días ocupaban páginas en diarios y revistas, y minutos en radio y TV. Así, se habló de la polémica 'final' del Clausura 2009 entre Huracán y Vélez, de la 'guerra' entre el gobierno y Clarín por la Ley de servicios audiovisuales; el fin del monopolio de Torneos y Competencias y hasta del frustrado arribo a Racing del director técnico alemán Lothar Matthäus.

El mismo concepto de una forma diferente de abordar la agenda impuesta por el calendario deportivo y los medios se reflejó en los temas de

tapa de la revista, siempre merecedores de un informe especial. Además del informe inicial, dedicado a la ruptura comercial entre la AFA y TSC (Televisión Satelital Codificada), y el arreglo posterior con el Estado, le siguieron otros tres de urgente actualidad.

En octubre de 2009 se analizó el difícil momento de la selección argentina, que bajo la dirección técnica de Diego Maradona, debía jugarse su pasaje a Sudáfrica 2010 en las últimas dos fechas de Eliminatorias, luego de dos derrotas seguidas ante Brasil y Paraguay. Un mes más tarde el tema fue la crisis institucional y deportiva de River Plate, en el mes previo a realización de las elecciones en el club de Nuñez. Finalmente, se le dio especial tratamiento a un fenómeno que se daba en el fútbol argentino: el de los jugadores veteranos convertidos en las máximas estrellas de sus equipos y hasta de la selección nacional.

En los diferentes informes se incluyó en ocasiones a alguna sección, que para ese número abordó la temática principal de la edición. Eso fue lo que ocurrió en el número 17 con el tradicional espacio de Gustavo Veiga, bautizado para la segunda etapa como “Un Caño Investiga” y que continuó desentrañando los aspectos más oscuros del mundo del fútbol.

“Villano invitado” fue otro de los espacios nuevos, cuya característica es que siempre es escrito por alguien ajeno al staff y que refiere a alguna connotación negativa del mundo del fútbol. Apareció por primera vez en el número 19 y por partida doble. Se trataba de complementar una nota sobre Marcelo Araujo, relator principal del “Fútbol para todos”. Los invitados en esa ocasión fueron Diego Bonadeo y Walter Vargas, quienes de distintos puntos de vista refutaron al autodenominado “relator del pueblo”. La idea no se constituyó como una sección en sí misma, sino más bien como un complemento de alguna nota, cualquiera fuese la sección en la que apareciera. Por caso, en el número 20, el villano fue Juan Carlos Demaro. El ex árbitro confirmó en su columna la existencia de jueces que

"manejan un partido" con pequeños fallos para poder beneficiar a un equipo por sobre otro sin que sea evidente.

Otra innovación de la nueva etapa de Un Caño, prácticamente inédita en las revistas del género, fue la inclusión de ensayos sobre temas deportivos. Fabián Casas, el autor, se define como poeta y dice que el periodismo es "simplemente un oficio" para él. Así y todo, Casas aporta un costado de reflexión literaria, con textos que podían publicarse solos o dentro de un informe o nota que tuviese una temática afín. Algunos de esos ensayos no eran inéditos sino que habían aparecido en una página web que recopila toda clase de escritos, conocida como "Los Trabajos Prácticos" (www.bonk.com.ar).

Gran encuesta nacional

La participación de los lectores volvió a ser un pilar en el regreso de UC. De alguna forma se intentó romper con el viejo esquema comunicacional de emisor y receptor, llamando a participar activamente de la publicación al público. Es así que en el tercer número de la "segunda época" desde la editorial se anunció: "decidimos salirnos un poco de la noticia más cruda y dura para encarar una gran encuesta nacional entre nuestros lectores para saber qué tipos de torneos de fútbol quieren"[4]. Se buscaba determinar si la actual forma de disputa, con campeonatos cortos y un sistema de promedios para determinar descensos era mal vista, como desde hace tiempo se sugiere en algunos sectores del periodismo deportivo.

Un mes más tarde, y luego de recibir más de 400 mails, se publicaron los números finales junto a un pequeño análisis a cargo de Mariano Hamilton. "Antes que nada, la opinión de la gente. Ya que éste es un espacio para que se manifieste. Si nos atenemos a los resultados, aquí

[4] "Gran encuesta nacional" en Revista Un Caño Número 19, Editorial Dos a cero, noviembre de 2009, página 3.

está el resultado general"[5]. Así se presentaba un pequeño texto para anunciar que los lectores habían dado un veredicto. En resumidas cuentas, la mayoría solamente apoyaba la idea vigente de dos descensos y dos promociones, aunque sin el sistema de promedios reinante. Por otro lado, preferían un torneo largo disputado de marzo a noviembre y la creación de la Copa Argentina, a la manera de las copas europeas.

Pese a los resultados y alejándose del populismo, uno de los colaboradores de la revista se permitió disentir con uno de los ítems de la encuesta. A modo de defensa de los torneos cortos, Alejandro Fabbri esgrimió que la forma de disputa de 19 fechas permite una mayor paridad y le da más chances de coronarse campeón a los clubes chicos. Al mismo tiempo, afirmó: "Habría que quitar para siempre los promedios. Un sistema elitista e injusto que aplasta a los más humildes y es un cepo para aquellos que tras un enorme esfuerzo llegan a Primera División"[6].

Finalmente todo desembocaba en un gran informe de Diego Ariel Estévez, con todos los campeones de la historia del fútbol argentino. Se trató de un acto de revisionismo y a la vez de reivindicación del fútbol amateur, muchas veces olvidado dentro de la "historia oficial" de los clubes. En el ranking final, los cinco primeros puestos quedaron para los clubes grandes. Pero en el sexto lugar apareció el extinto Alumni, histórico equipo de los hermanos Brown, que fue el primer gran campeón del país. Dentro del listado, elaborado a base de otorgarle a cada torneo obtenido una cierta cantidad de puntos, se encontraban muchos equipos ya desaparecidos.

[5] HAMILTON, Mariano, "Los torneos que le gustan a la gente" en Revista Un Caño Número 20, Editorial Dos a cero, noviembre de 2009, página 56.
[6] FABBRI, Alejandro, "No me toquen los torneos" en Revista Un Caño Número 20, Editorial Dos a cero, noviembre de 2009, página 56.