

Juan Carlos Dido

RADIOTEATRO Y CULTURA POPULAR

El radioteatro argentino en la época de oro
(1930-1950)





Juan Carlos Dido

Profesor universitario, locutor nacional, periodista y escritor. Actualmente es catedrático de la Carrera de Comunicación Social y de Locución de la Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM). Es Magister en "Comunicación, Cultura y Discursos mediáticos", Licenciado en Gestión Educativa y Profesor en Letras. Tiene una extensa actuación en la docencia en todos los niveles y modalidades educativas. Ha publicado quince libros, varios de ellos de carácter pedagógico tales como *Clinica de ortografía*, *Taller de Periodismo*, y *Como hablar bien*. Otros son de investigación y creación literaria: *La fabula en la literatura argentina*, *Identikit de los argentinos*, *La fabula española*, y *La fabula argentina*. Es autor de numerosos artículos publicados por revistas especializadas, entre los más recientes se destacan: *Teoría de la fabula*, *El ensayo y la identidad argentina*, *La fabula en la educación de adultos*, *Ensayo sobre el ensayo*. Varios de sus libros han merecido premios otorgados por prestigiosas instituciones, como el Primer premio "ensayo" del Fondo Nacional de las Artes (1989), Faja de Honor de la Sociedad Argentina de Escritores (1991), y Premio de la Secretaria de Cultura de la Nación (1992), entre los más destacados.

Índice

| | |
|--|----|
| Introducción | 11 |
| Capítulo I: Cultura popular | 15 |
| Medios de comunicación y cultura popular..... | 17 |
| La radio, el radioteatro y la cultura popular..... | 19 |
| Capítulo II: Cultura popular y radioteatro | 23 |
| Los precursores | 31 |
| <i>Los Pérez García</i> y la cultura popular urbana | 39 |
| Representaciones de la familia y sus vínculos | 42 |
| Qué pareja más popular..... | 48 |
| La trama familiar | 50 |
| Una madre que da consejos..... | 51 |
| Los diálogos..... | 52 |
| Capítulo III: La picaresca popular en el radioteatro | 55 |
| "Chimbela": un personaje popular para la tipología argentina..... | 56 |
| Los episodios..... | 59 |
| Policías y ladrones en el radioteatro..... | 60 |
| Capítulo IV: La vida es un micrófono: el romanticismo popular | 65 |
| <i>0597 da ocupado</i> | 67 |
| El humor popular en el radioteatro..... | 69 |
| <i>Gran pensión El Campeonato</i> | 71 |
| Personajes e intérpretes | 72 |
| Sigue el campeonato..... | 74 |
| Capítulo V: Cultura popular en las programaciones | 79 |

| | |
|--|-----|
| Capítulo VI: Lo culto y lo popular en un ciclo perdurable: | |
| <i>Las dos carátulas</i> | 87 |
| Dos carátulas: ¿dos culturas? | 91 |
| Capítulo VII: El radioteatro popular en formato chico | 93 |
| Conclusión | 97 |
| Anexo | 103 |
| Julio Cortázar presenta... <i>Adiós, Robinson</i> | 103 |
| La virgen de piedra | |
| Por <i>Carlos Ulanovsky</i> | 104 |
| Un género que merece ser retomado | |
| Por <i>Victor Agú</i> | 105 |
| ¿Vuelve el radioeatro? | |
| Por <i>Marcelo Cotton</i> | 106 |
| Radioteatro y política | |
| Por <i>Aleli Gotlip</i> | 108 |
| Radioteatro | |
| Por <i>Roberto di Chiara</i> | 108 |
| El León de Francia | |
| Por <i>Carlos Ulanovsky</i> | 110 |
| Una curiosidad: una obra de radioteatro de Samuel Beckett | |
| Por <i>Susana Freire</i> | 110 |
| Declaración de interés cultural por Diputados del ciclo radioteatral | |
| "Permiso para imaginar" | 112 |
| Bibliografía | 115 |

El radioteatro como expresión de algunos elementos de la cultura popular constituye un objeto de investigación cuyas conclusiones pueden enriquecer el conocimiento de la estructura social, la producción de sentido y la circulación de los discursos sociales, como aportes a una teoría de la sociedad. Lo cultural aparece como una dialéctica, un campo en constante movimiento en el que se articulan relaciones de dominación y subordinación. Es la lucha de clases en la cultura y por la cultura.

Desde su aparición, la radio y el radioteatro en la Argentina estuvieron vinculados con lo popular. La radio, un nuevo recurso tecnológico de comunicación, en principio fue resultado de un reducido grupo de soñadores, los "locos de la azotea". Los destinatarios iniciales fueron un pequeño grupo de ciudadanos con capacidad para acceder a las emisiones. Pero el medio se extendió aceleradamente, abarató en forma notable sus costos y, complementado por la sencillez de su código, se convirtió en un medio de comunicación popular, condición que no abandonó desde entonces.



Cultivando Culturas

ISBN 978-987-3615-14-6



9 789873 161514