

¿La asombrosa excursión de Zamba en las escuelas?

Zamba's Amazing Excursion to schools?

Federico Álvarez Gandolfi

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Consejo Interuniversitario Nacional
Argentina

falvarez@sociales.uba.ar

Resumen

Apocalípticos o integrados. Contenidos escolares o prácticas vernáculas. Academicismo o Internet. Estas son algunas de las líneas de pensamiento dentro de las cuales se inscriben las posturas sobre la Educación en Medios, a menudo estableciendo una oposición maniquea. Sin embargo, si se entiende a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en un sentido amplio, es decir, que también abarcan a los medios tradicionales como la televisión además de a las computadoras, se hace indispensable desarrollar una reflexión crítica que complejice su inclusión pedagógica en las escuelas.

En este sentido, puede tomarse la serie animada *La asombrosa excursión de Zamba*, desarrollada por el Ministerio de Educación de la Nación Argentina, como un ejemplo concreto en torno del cual plantear más preguntas que respuestas sobre la integración de los productos culturales mediáticos en las aulas. La presente nota, entonces, parte de dicho programa televisivo para proponer algunas posibles líneas de trabajo escolar que persigan como objetivo una Alfabetización Multimedial.

Palabras clave: TIC; alfabetización multimedial; La asombrosa excursión de Zamba; Comunicación y Educación

Abstract

Apocalyptic or Integrated. School content or vernacular practices. Academicism or Internet. These are some of the lines of thought inside of which the positions on media education register, often establishing a Manichean opposition. However, if we understand the Information and Communication Technologies (ICT) in a broad sense, that is to say, that they also include the traditional media as television besides the computers, it becomes essential to develop a critical reflection on its pedagogical inclusion in schools as a complex process.

In this sense, we can take the animated series *Zamba's Amazing Excursion*, developed by the Ministry of Education of Argentina, as a concrete example around which raise more questions than answers about the integration of media cultural products in the classroom. The present note, then, part of this television program to propose some possible lines of school work that aims Multimedia Literacy.

Key words: ICT; Multimedia Literacy; Zamba's Amazing Excursion; Communication and Education

La integración significativa dentro del ámbito educativo de los medios de comunicación, en general, y de las nuevas tecnologías, en particular, suele plantearnos a los docentes más dudas que certezas. El debate es viejo y reedita tensiones antiguas: estudiar o jugar, libros o televisión y, en nuestros días, academicismo o Internet. Se trata,



Esta obra está bajo licencia

[Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported License.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/)

en todos los casos, del dilema que provoca la inclusión de las prácticas vernáculas –que los niños realizan fuera de la escuela– en el terreno de las prácticas escolares. Dicha inclusión demanda un acercamiento a los consumos culturales y mediáticos que cada integrante de los grupos-clase realiza en su cotidianeidad, de modo de utilizar los intereses de los estudiantes como herramienta de motivación pedagógica.

Las reflexiones iniciales pueden problematizarse aún más en relación con un caso concreto: el dibujo animado *La asombrosa excursión de Zamba* –o simplemente *Zamba*–, realizado por la productora El perro en la luna y que el Ministerio de Educación de la Nación Argentina pone en circulación a través del canal Pakapaka desde el año 2010.(1) Este dibujo es un producto cultural que se distribuye en todas las escuelas públicas del país, se retransmite por Canal Encuentro y la TV Pública, y cuenta con su propio espacio en Tecnópolis. La serie animada está destinada a alumnos de nivel primario y tiene como protagonista a José, a quien le dicen Zamba, un niño que asiste a una escuela pública en su Formosa natal. A partir de distintas excursiones que realiza con su maestra y sus compañeros de grado, Zamba “viaja” por capítulos de la historia argentina e interactúa con próceres y personajes simbólicos en la construcción de la identidad nacional.

¿Cuál es el sentido de la propuesta pedagógica de *Zamba* en tanto producto cultural difundido por un medio masivo como la televisión? ¿Qué tipo de subjetividades infantiles construye en tanto producto del mercado? Para responder estas cuestiones, debemos relacionar la comunicación con los procesos educativos, adoptando una mirada culturalista sobre aquella –es decir, entendiéndola como espacio de intercambio simbólico– y relevando cuáles son los sentidos que los actores le otorgan a las cosas. De aquí la importancia de indagar los saberes previos que poseen los estudiantes sobre los nuevos escenarios actuales de “convergencia mediática” entre Televisión e Internet,(2) a partir de sus propias experiencias cotidianas.

Por lo tanto, para poder desarrollar y sostener una postura crítica sobre los mensajes de *Zamba* y su integración pedagógica significativa en las instituciones escolares, es imprescindible que nos desapeguemos de las miradas simplistas, tecnicistas y “apocalípticas”, en nociones de Umberto Eco, sobre los medios y las tecnologías.(3) Estas visiones, respectivamente, no contemplan las transformaciones históricas de la relación entre las agencias de pedagogización –por ejemplo, la tradicional alianza actualmente en crisis entre la escuela y la familia o el surgimiento del mercado como nuevo agente de socialización que compite con el Estado–, ven a los medios y a las TIC como recursos que encierran en sí mismos los procesos de enseñanza y de aprendizaje, y entienden que estos amenazan la autoridad de los educadores.

Con el objetivo de problematizar estas perspectivas, hay que considerar los fuertes cambios culturales que impulsan las nuevas tecnologías, pues las transformaciones de la era digital tienen tal impacto en la vida cotidiana que reconfiguran las prácticas sociales,

económicas y políticas. Si se quiere trabajar la articulación del campo comunicacional y educativo con las nuevas problemáticas socioculturales, económicas, políticas y tecnológicas, es fundamental planificar actividades centradas en la vida de los estudiantes como consumidores de medios y sujetos sociales que se mueven de interacción en interacción. Entonces, resulta valioso pensar críticamente si es o no factible una integración pedagógica significativa de *Zamba* en las escuelas.

Es en este sentido que el presente artículo, centrado en un análisis de los primeros diez capítulos que componen las dos temporadas iniciales de la serie y que narran acontecimientos nodales en la construcción de la ciudadanía argentina,(4) procura reflexionar sobre los vínculos entre las agencias discursivas –estatales, como la escuela, y mercantiles, como los medios– que el programa pone en escena y prefiguran subjetividades infantiles. Pero primero resulta pertinente ubicar históricamente el panorama comunicativo dentro del cual está inscripto su desarrollo.

Un poco de contexto

En principio, *Zamba* es un producto cultural que surge por iniciativa de políticas educativas públicas –tendientes a incrementar el porcentaje del presupuesto nacional invertido en educación tras la sanción en 2006 de la Ley de Educación Nacional N° 26.206– y aparece en un escenario de lucha política, originado en 2009 por los debates en torno de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 y sus efectos en la reorganización del sistema nacional de medios. Como bien sostiene Norberto Leonardo Murolo, esta última legislación afecta intereses privados, en la medida en que propugna la “*democratización*” de los medios de comunicación y la ampliación de los públicos a los que llegan sus mensajes; la “*desmonopolización*”; la “*pluralidad*” de voces emisoras; la “*producción nacional*” de nuevos contenidos audiovisuales con una “*diferenciación temática*”, un “*carácter federal-local*” y una “*alta calidad técnico-estética*”; y la “*actualización en materia de normativa*” desde un punto de vista tanto “*democrático-social*” como “*tecnológico-digital*”.(5)

Dentro de un plano discursivo, cabe destacar que *Zamba* aparece en un escenario de lucha política entre el “oficialismo” –homogeneizado por una operación metonímica con la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner, quien se erige como representante del “interés común”– y las “corporaciones” –principalmente el Grupo Clarín, que cuenta con la mayor cantidad de licencias y se erige como representante de la “libertad de expresión”, en un nivel explícito, y de la “libertad de empresa”, en un nivel implícito–.

Además, podría pensarse que este enfrentamiento estableció los límites de posibilidad de las representaciones y los modelos identitarios propuestos por la serie en cuestión para públicos infantiles. Tal vez esta sea una de las razones por las cuales

Zamba no puede plantear rasgos subjetivos tan disruptivos respecto de los productos de comunicación emitidos hasta la fecha de su aparición, como se desarrollará en los siguientes apartados.

***Zamba* como ejemplo de las relaciones actuales entre el Estado y el mercado**

Uno de los aspectos a tener en cuenta en el caso que nos ocupa es la desubicación del saber respecto del espacio y el tiempo de la escuela a la que refiere Jesús Martín-Barbero, producto de los medios audiovisuales y el desarrollo de las tecnologías digitales. En este sentido, puede advertirse la existencia de “[...] una **tecnicidad** que establece una mediación estructural en la producción del conocimiento, y no solo en su circulación” (destacado en el original), un nuevo modo de mediaciones tecnológicas que movilizan, a la vez, nuevos sentidos, lenguajes y sensibilidades por fuera de la jerarquía y la selección establecidas por la institución escolar.(6)

Dentro de estos nuevos escenarios, tenemos que promover el respeto hacia la diversidad cultural, concibiendo la importancia de la reafirmación y “*cohabitación*” de las identidades culturales relacionales,(7) es decir, estructuradas en torno del binomio nosotros-otros advertido por la antropología, frente a la tarea moderna, que aún persiste en las escuelas, de homogeneizar y disciplinar las alteridades. En este sentido, debe reducirse la brecha entre la cultura escolar y la mediática en tanto espacios donde se constituyen, respectivamente, las subjetividades de los niños como futuros ciudadanos sobre la base del discurso pedagógico o como potenciales consumidores en el presente sobre la base del discurso de la mercantilización.

Este planteo puede ser ejemplificado a partir de *Zamba*, producto que viene a proponernos una convivencia casi armónica entre el Estado y el mercado. Antes que nada, debemos reconocer la enorme eficacia cultural de la escuela tradicional en términos de alfabetización, dada su inclusión masiva de diversas poblaciones de niños, aun cuando se los concibiera como un sujeto pasivo. Pero también debemos reconocer lo que ocurre en la actualidad frente a la crisis de las instituciones escolares modernas: la sociedad de mercado posibilita la creación de nuevas redes de socialización en torno de los productos de las industrias culturales.

Respecto de esto, el dibujo animado pone en escena a un niño, *Zamba*, que nos cuenta que algunas de las cosas que más le gusta son ver “tele” y la acción. Así se trata de integrar a las prácticas escolares la práctica vernácula de consumir el medio televisivo, y en particular el género de acción, para motivar a los educandos. Además, se hacen remisiones a los mundos del cómic y de los videojuegos: José de San Martín usa una capa de superhéroe; se utilizan separadores con las frases “mientras tanto...”, “más tarde...”, “continuará...” o “en el capítulo anterior...” y “¡pum!, ¡au!, ¡zuc!, ¡blam!” para representar

golpes, ruidos de sables y lanzas, disparos y explosiones, e ilustraciones con movimiento que explican estrategias de combate; y en la presentación del programa, Zamba come chipá como si fuera el personaje del videojuego *Pac-Man*.

Esta última referencialidad al universo de los “jueguitos electrónicos” –como los llama el propio protagonista de la serie– también puede encontrarse en algunas escenas que representan los movimientos de Zamba con una estética sonora y visual que propone una intertextualidad con las máquinas de *pinball* y los videojuegos clásicos arcade *Super Mario Bros.* y *Wonder Boy*. Asimismo, dicha remisión se complementa con recursos audiovisuales propios de los *trailers* cinematográficos –por ejemplo, para mostrar cómo el protagonista escapa desde una Cádiz conquistada por el emperador francés Napoleón Bonaparte hacia Buenos Ayres con la ayuda de San Martín, o ambientando con la música de la película *Misión Imposible* su plan para burlar a un guardia patricio y poder entrar al Cabildo–.

La relación entre el Estado y mercado es aún más explícita si se consideran los productos que aparecen como de consumo frecuente y que a la vez suelen representar una identidad nacional basada en el federalismo y en lo popular: mate, dulce de leche, arroz con leche, pastelitos de membrillo, empanadas y el ya mencionado chipá. En el mismo sentido juegan las distintas referencias que el dibujo incluye en torno del consumo musical.

Así, por ejemplo, un candombe de Horacio Fontova narra las razones de José Gervasio Artigas para no confiar en las Provincias Unidas y armar la Liga de los Pueblos Libres; Fito Páez manifiesta la algarabía de los representantes de las Provincias Unidas al declarar la independencia respecto de España, con una canción que mezcla rap, ritmo de cumbiamba y acordes de guitarra propios del rock –género que en un capítulo será utilizado por Juan Manuel de Rosas para seducir mujeres imitando al cantante estadounidense Elvis Presley–; un chamamé cantado por “La Sole” cuenta la historia de San Martín desde su infancia en Corrientes; un bolero de Kevin Johansen relata el enamoramiento entre San Martín y Remedios de Escalada; “La Mosca Tse Tse” interpreta la Marcha de San Lorenzo con ritmo ska; y la banda de cumbia villera “Piola Vago” canta sobre lo que hizo Domingo Faustino Sarmiento como Presidente.

De este modo, la serie *Zamba* ejemplifica la compleja interrelación que el Estado y la escuela tienen que establecer con el mercado y los medios. Tras la crisis de la escuela moderna y su descentramiento como única agencia cultural, el mercado y los medios aparecen como nuevos agentes de socialización y constructores de subjetividades infantiles. Es decir, surgen como generadores de estructuras simbólicas que operan como referencia –la TV, la acción, el cómic, los videojuegos, el cine, la música– alrededor de la cual los niños pueden configurar procesos de identificación que orientan sus prácticas socioculturales –síntoma de la configuración de un “mercado para la infancia”–.(8)

Hasta aquí podemos afirmar que el origen de las “culturas infantiles”, parafraseando a Rossana Reguillo Cruz,(9) está en la industria, pues al caer los grandes relatos modernos aglutinadores de las identidades –propios del Estado, la escuela, la familia y la Iglesia–, los niños pueden encontrar nuevos referentes en la más amplia variedad de objetos de la cultura de masas –en la medida en que no hay una relación causa-efecto entre las necesidades y los “objetos de consumo” que las satisfacen–.(10) Por esto, el “consumismo” es una característica primordial del nuevo carácter del mercado en tanto agente de socialización que posibilita la construcción de lazos sociales comunitarios en torno de los productos de las industrias culturales.(11)

Luego de haber visto cómo *Zamba* puede ser considerado un ejemplo de la coexistencia entre los mecanismos escolares del Estado y los mecanismos consumistas del mercado para interpelar a los niños como ciudadanos y, a la vez, consumidores, pasemos ahora a reflexionar sobre cómo es ese modelo de niño que la serie construye y cómo puede o no ser aprovechado para integrarlo dentro del debate en el aula.

Entonces, ¿cómo incorporar significativamente a *Zamba* en la institución escolar?

Zamba es un niño que va a la escuela y llega tarde “como todas las mañanas”, por lo que su madre lo manda allí con el pijama debajo del guardapolvo. Vive en la ciudad de Clorinda, Formosa, su comida favorita es el chipá y tiene rota la paleta dental superior derecha. Quiere ser astronauta y le agrada jugar luego de estudiar. Suele transgredir normas: se sienta en lugares con carteles de “¡No sentarse!”; su señorita dice “No toquen nada” y él toma una espada de madera encastrada en un muro para llevársela a San Martín; despista a un guardia granadero para ingresar sigilosamente en un lugar con una faja de “¡No pasar!”.

Esta breve presentación ya da cuenta de qué tipo de subjetividad infantil está construyendo este dibujo animado. En contraposición al usual porteñocentrismo de los medios, *Zamba* pone en escena la diversidad posible de identidades infantiles: los niños también pueden ser mestizos y formoseños o tener una sonrisa “imperfecta”, a los niños también puede gustarles el chipá y está bien que jueguen con los límites normativos cuestionando productivamente el orden que la escuela moderna trata de imponerles. En este sentido, el niño es un sujeto activo que, según Len Masterman, reflexiona críticamente sobre los valores culturales que los docentes tratan de transmitirle, apropiándose de ellos y resignificándolos.(12)

Asimismo, se pone en escena un modelo identitario latinoamericanista que fomenta el reconocimiento de la diversidad étnica y la hermandad frente a los conquistadores europeos: la zamba es un género de música folclórica característico de Perú, Argentina y

Bolivia; los zambos son los hijos de esclavos africanos y pueblos originarios, mestizaje predominante en Brasil y Ecuador; los tambores que ambientan las secuencias de algunos episodios constituyen un sonido típico de África y de las pampas; los abipones son de gran ayuda en las batallas porque “odian” a los españoles; un paisano guitarrero recita versos sobre la rebelión de los Tupac Amaru, suceso que según cuenta alimenta sus “aires de libertad”.

Por otro lado, la serie *Zamba* interpela a los niños de modo lúdico y creativo, humanizando a los próceres usualmente colocados sobre un pedestal: San Martín no solamente está preocupado por la Revolución de América, sino también por cosas “triviales” como ir a la playa o estar bien peinado y afeitarse las patillas para enamorar a Remedios de Escalada; es representado como un hombre “valiente y temerario en el campo de batalla”, pero “tímido con las chicas”, que también puede hacer chistes y reírse – por ejemplo, llamando “Berni” a Bernardino Rivadavia– o incluso aburrirse al igual que Zamba –por ejemplo, cuando Juan José Paso habla lenta y monocordemente–; y Sarmiento confiesa que hasta incluso él faltaba a la escuela.

Sin embargo, pese a todas las virtudes que tiene la propuesta de *Zamba* de conjugar educación y entretenimiento –contemplando los saberes audiovisuales de los niños– y prefigurar una identidad nacional basada en el federalismo, lo popular y la unión latinoamericana, su utilización como herramienta pedagógica dentro del aula también estaría invitándonos a promover un debate crítico sobre algunas de las limitaciones que presenta, quizás en función del escenario de lucha política en el que aparece –referido al inicio de este trabajo–.

Dichos límites se manifiestan principalmente a través de la instalación de un maniqueísmo moral descontextualizado: los patriotas y los de la Logia Lautaro son “buenos” porque se reúnen en secreto para planear la revolución y luchar por la soberanía, mientras que tanto Baltasar Hidalgo de Cisneros y sus adeptos como quienes conforman el Primer Triunvirato son “malos” porque quieren que se siga dependiendo de España, lo que justifica sacarlos por la fuerza porque es “lo mejor” para América en ese momento histórico –desalentando a los niños a que intenten eso en sus patrias en la actualidad–; Sarmiento es “bueno” porque está en contra de los caudillos federales, que son “malos” porque quieren matar a los unitarios que piensan distinto de ellos y deben ser eliminados para que la Argentina sea un país “mejor”.

Si bien esta representación simplificada y maniquea de los acontecimientos históricos que *Zamba* pone en escena puede perseguir objetivos didácticos y responder al panorama comunicativo en el que surge, su trabajo en las aulas corre el riesgo de caer en una subestimación de las capacidades de comprensión que los niños a quienes está dirigida puedan tener sobre los contenidos escolares vinculados con la cultura letrada, sobredimensionando sus prácticas vernáculas usualmente asociadas a los momentos

mercantilizados de ocio y consumo cultural en los que predomina una lógica audiovisual. Más que de poner el foco en uno de los extremos del par escuela-medios, de lo que se trata es de establecer una relación dialógica entre ambos ámbitos de formación para facilitar la apropiación significativa de los saberes curriculares por parte de los niños, interesándolos y motivándolos a realizar una lectura crítica y transformadora sobre sus propias experiencias como receptores –y, por qué no, también productores de contenidos, alentadora posibilidad que se abre en la secuela de la serie, *El asombroso mundo de Zamba* [cfr. Nota (4)]–, en función de sus propias realidades específicas.

A modo de cierre

El desafío de poner a los medios al servicio del aprendizaje demanda el desarrollo de propuestas pedagógicas de una alfabetización amplia y multimedial, necesaria para que los estudiantes desarrollen competencias en la producción mediática, como señala David Buckingham.(13) Dicha alfabetización, a la vez, debería ser “*multimodal*”, es decir, centrada en los múltiples modos semióticos disponibles para la representación y comunicación de significados, más allá de los textos impresos.(14)

Si deseamos lograr una integración pedagógica significativa de *Zamba* en las escuelas, resulta fundamental tener en cuenta que los medios, privados o públicos, no reflejan la realidad neutralmente, sino que brindan visiones parciales y simplificadas de los grupos sociales, por lo que construyen identidades a través de representaciones que son funcionales a ciertos intereses, tanto políticos como económicos. En este sentido, Masterman afirma que dichas representaciones deben ser estudiadas “*críticamente*”,(15) de modo que en el futuro cercano es necesario profundizar las problematizaciones sobre cómo se trabaja en las aulas con los significados de los mensajes de *Zamba* y cómo se reapropian los niños de los modelos identitarios que prefiguran.

La escuela debe integrar los discursos mediáticos y culturales que constituyen los imaginarios sociales y los entornos simbólicos de las infancias para entender el carácter histórico de las representaciones y estimular el pensamiento crítico. Por lo tanto, para responder a la pregunta que titula y dispara la redacción de esta nota, podríamos pensar que la “asombrosa excursión” de los medios y las tecnologías en las escuelas no depende de los productos en sí mismos, como por ejemplo *Zamba*, sino de las actividades reflexivas y metacognitivas que seamos capaces de planificar en torno de sus mensajes.

Notas

- (1) La programación del canal Pakapaka está destinada a un público infantil. En este sentido, por ejemplo, emite películas de animación como *El viaje de Chihiro* y *El increíble castillo vagabundo* del director Hayao Miyazaki, también dibujante de *manga* –historietas japonesas– y productor de *anime* –series animadas japonesas–, objetos de la cultura de

masas cuyo consumo por parte de niños y jóvenes ha crecido exponencialmente en el país durante los últimos años.

- (2) Jenkins, Henry. *Convergence Culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Buenos Aires, Paidós, 2008.
- (3) Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen, 1968.
- (4) *La asombrosa excursión de Zamba* cuenta con tres temporadas: la primera de cuatro episodios, la segunda de seis y la tercera de cinco. Cada capítulo tiene una duración aproximada de veinte minutos. Mientras que en las primeras dos temporadas aquí analizadas se muestran las “aventuras extraordinarias” de Zamba tanto en el Cabildo y la Revolución de Mayo como en la Batalla de Vuelta de Obligado, Yapeyú donde San Martín pasó su niñez, la Casa de Tucumán donde se declaró la independencia y la casa de Sarmiento en San Juan, la tercera incluye el período que abarca desde 1976 hasta 1983. En la actualidad, comenzó a transmitirse su secuela, *El asombroso mundo de Zamba*, que está basada en la exploración de disciplinas como la música, el arte, la paleontología y la medicina junto a los personajes latinoamericanos más destacados de cada una –como Atahualpa Yupanqui, Frida Kahlo, Florentino Ameghino y Ramón Carrillo, respectivamente–, habilitando un espacio de participación interactiva de los televidentes a través de la web –por ejemplo, subiendo videos y apareciendo en el programa–.
- (5) Murolo, Norberto Leonardo. “La asombrosa excursión de Zamba. Un viaje animado por la historia en la televisión pública argentina”, en *Revista Chasqui*, N° 122, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 2013, pp. 89-95. Disponible en:
<http://www.revistachasqui.com/index.php/chasqui/article/view/6/3> (consultado el 4/12/2013).
- (6) Martín-Barbero, Jesús. “Ensanchando territorios en Comunicación y Educación”, en *Comunicación-Educación. Coordenadas, abordajes y travesías*, Bogotá, Siglo del Hombre Editores, 2000, p. 104.
- (7) Wolton, Dominique. “Hay que pensar en la cohabitación de las culturas”, en *Revista Patrimonio Cultural*, Año XII, N° 44, Chile, Dibam, 2007, pp. 6-7.
- (8) Minzi, Viviana. “Mercado para la infancia o una infancia para el mercado. Transformaciones mundiales e impacto local”, en Carli, Sandra (Comp.). *Estudios sobre comunicación, educación y cultura. Una mirada sobre las transformaciones recientes en Argentina*, Buenos Aires, La Crujía, 2003, pp. 253-289.
- (9) Reguillo Cruz, Rossana. *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*, Buenos Aires, Norma, 2000.
- (10) García Canclini, Néstor. “El consumo cultural: una propuesta teórica”, en Sunkel, Guillermo (Comp.). *Consumo cultural en América Latina*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1999, pp. 72-95.
- (11) Bauman, Zygmunt. “Consumismo vs consumo”, en *Vida de Consumo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2007, pp. 43-76.
- (12) Masterman, Len. *La enseñanza de los medios de comunicación*, Madrid, Ediciones de La Torre, 1993.
- (13) Buckingham, David. *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*, Buenos Aires, Paidós, 2005.
- (14) Kress, Gunther y Van Leeuwen, Theo. *El discurso multimodal. Los modos y medios de la comunicación contemporánea*, Londres, Arnold, 2001.
- (15) Masterman, Len. Op. Cit.

Recibido: 5 de septiembre de 2013.

Aprobado: 5 de diciembre de 2013.

Para citar este trabajo

Álvarez Gandolfi, Federico. “¿La asombrosa excursión de Zamba en las escuelas?” en *Cuadernos de H Ideas* [En línea], vol. 7, n° 7, diciembre 2013, consultado...; URL: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/cps/article/view/1925>