

Leire JUNGUITU-ANGULO

Universidad Nacional de Educación a Distancia. España. lejuaneduso@gmail.com.
<https://orcid.org/0000-0002-4632-2211>

Dra. Sara OSUNA-ACEDO

Universidad Nacional de Educación a Distancia. España. sosuna@edu.uned.es.
<https://orcid.org/0000-0002-5454-6215>

Serie transmedia Go!azen. Educación en valores y tratamiento de la diversidad desde una perspectiva educomunicativa

Go!azen transmedia serie. Education in Values and Coverage of the Diversity from an Educommunicative Perspective

Fechas | Recepción: 28/07/2022 - Revisión: 10/11/2022 - En edición: 23/11/2022 - Publicación final: 01/01/2023

Resumen

Estudio de la serie transmedia Go!azen analizando, desde una perspectiva educomunicativa, la educación en valores y tratamiento de la diversidad que en ella se dan. Para ello, se realiza un análisis del contenido de Go!azen y de su universo transmedia fundamentado en una investigación basada en la observación propia y en el análisis documental. Los instrumentos de investigación son el cuaderno de notas y un registro de observación de elaboración propia a partir del *Cuestionario Valores y Televisión: Val-TV* (Palacios, Medrano y Aierbe, 2006; Medrano, Cortés y Palacios, 2007). Los resultados del estudio ponen de manifiesto que Go!azen es una serie con un amplio universo transmedia, que hace un adecuado tratamiento de los valores morales y de la diversidad. Este enfoque educativo de Go!azen lo convierte en un recurso educativo adecuado para la intervención en contextos formales.

Palabras clave

Diversidad; educomunicación; narrativas transmedia; series ; valores

Abstract

A study of the transmedia series Go!azen analysing, from an educommunicative perspective, the education in values and its coverage of diversity. To this end, an analysis of the content and transmedia narrative of Go!azen was conducted through research based on self-observation and documentary analysis. The research instruments were the notebook and a self-made observation log based on Cuestionario Valores y Televisión: Val-TV (Palacios, Medrano y Aierbe, 2006; Medrano, Cortés y Palacios, 2007). The study shows Go!azen to be a series with an extensive transmedia narrative which performs an adequate coverage of moral values and diversity. This educational approach of Go!azen renders it a suitable educational resource for educational intervention in formal contexts.

Keywords

Diversity; educommunication; transmedia narratives; values; series

1. Introducción

La presente investigación tiene como objetivo analizar la educación en valores y el tratamiento de la diversidad que se realiza desde la serie transmedia infanto-juvenil *Go!azen* (ETB1, 2009; ETB1, 2016-), emitida por la Televisión Pública Vasca (EITB) y producida por *Pausoka*.

Go!azen es una serie musical que constituye la primera experiencia transmedia completa de EITB (Agirreazkuenaga, Larrondo y Peña, 2020), siendo el euskera la lengua de la serie y de su universo transmedia. Su argumento es la vida de un grupo de jóvenes en el campamento de verano de *Basakabi*, en el que la música, coreografías y canciones tienen un importante protagonismo.

Go!azen surge como una película musical, *Go!azen 1.0* (Elortegi y Aranguren, 2008) proyectada en cines del País Vasco. En 2009, la película se emite en el canal en euskera de EITB (ETB1), convirtiéndose en la película más vista de su historia (Sofres, 2009, como se citó en Agirreazkuenaga, Larrondo y Peña, 2020). En ese mismo año, es adaptada como serie: *Go!azen 2.0* (EITB, 2009). En 2016 se retoma el proyecto de *Go!azen* (EITB, 2016-) desde un punto de vista transmedia con una serie semanal que se emite cada temporada: *Go!azen 3.0*, *4.0*, *5.0*, *6.0*, *7.0*, *8.0* y la confirmada *Go!azen 9.0*. Paulatinamente se añaden otras experiencias transmedia: conciertos, APP para dispositivos móviles, contenido extra, libros, audiolibros en formato de *podcast*, tienda de *merchandising*, un concurso musical donde la persona ganadora pasa a formar parte de la serie, concurso de baile, revista, preguntas y respuestas con los fans, redes sociales, *playlist* en Youtube, *Go!azen Etxean* (en casa) durante el confinamiento, *Go!azen Gabonetan* (en navidades), programas especiales en *Nochevieja*, web, etc. Todo ello conforma el universo transmedia de *Go!azen* (Figura 1).

Figura 1: Universo transmedia de *Go!azen*



Fuente: Elaboración propia.

El público objetivo de *Go!azen* es la población de 6 a 12 años del País Vasco y zonas limítrofes (EITB, 2022a). Es decir, la audiencia pertenece a la *generación alpha* (McCrindle y Fell, 2014), la cual crece rodeada de tecnología a la que pueden hablar y que pueden tocar, donde la pantalla no es solo un medio a través del que miran sino un medio que miran (Larañaga, 2020). Esta población invierte gran parte de su tiempo en los diferentes dispositivos digitales y consumiendo contenidos multimedia (Gil-Quintana y López, 2021), lo que ocupa un lugar primordial en la construcción de su identidad (Nazarío y Paredes, 2020).

Go!azen se enmarca en el contexto actual de la sociedad postdigital, "un término que describe las relaciones humanas vinculadas hacia las tecnologías que experimentamos, individual y colectivamente" (Esaño, 2019: 52), y la *netmodernidad* (Osuna-Acedo, 2010) asociada a ella, que han democratizado el ciberespacio al propiciar la colaboración, favorecer la comunicación horizontal y posibilitar la cultura de la participación (Jenkins, 2008). Aparici y Osuna-Acedo (2013: 138) afirman que "esa cultura de la participación aplicada a contextos educativos permite crear oportunidades de aprendizaje y diversificar en los *social media* un mayor poder de la ciudadanía como usuaria digital".

En esta sociedad postdigital las aplicaciones móviles pasan de ser consideradas un nuevo soporte a convertirse en un medio en sí mismas (Silva-Rodríguez et al., 2016), "lo que ha obligado a los productores audiovisuales a promover fórmulas y productos de carácter transmedia" (Agirreazkuenaga, Larrondo y Peña, 2020: 1446).

Las narrativas transmedia se definen como relatos que se cuentan a través de múltiples medios y plataformas (Gil-Quintana y Osuna-Acedo, 2020; Jenkins, 2003, como se citó en Jenkins, 2007), de modo que se extienden de un "extremo a otro de la ecología mediática, abarcando viejos y nuevos medios" (Scolari, 2014b: 73), pudiendo incluir de acciones culturales o sociales. En estas narrativas, el público es *prosumidor* (Toffler, 1980), *EMIREC* (Cloutier, 1973; como se citó en Aparici y García-Marín,

2018) y *webactor* (Pisani y Piotet, 2009). Es decir, la audiencia puede intervenir y aportar contenidos, de modo que no se limita a consumir el producto cultural sino que participa activamente en la expansión del mundo relativo con nuevas piezas (Scolari, 2014b). Estas narrativas empoderan a las audiencias, otorgándoles la capacidad potencial de introducir discursos críticos, de mantener relaciones entre iguales y de elegir cuándo, qué, cómo, etc. recibir los contenidos (Aparici y García-Marín, 2018). Su modelo comunicativo favorece la participación, la selección de contenidos y el que se puedan hacer interpretaciones críticas de los significados, de modo que las audiencias tienen la posibilidad de adoptar un papel activo en todo el proceso comunicativo (Laiglesia y Marta-Lazo, 2013).

Por todo ello, las narrativas transmedia resultan muy atractivas para las audiencias más jóvenes (Agirreazkuenaga, Larrondo y Peña, 2020), ya que "los jóvenes consumidores se han vuelto cazadores y recolectores de información, les gusta sumergirse en las historias, reconstruir el pasado de los personajes y conectarlos en otros textos dentro de la misma franquicia" (Scolari, 2013: 24). Asimismo, estas nuevas narrativas han propiciado que se creen nuevos códigos de comunicación donde la narrativa es el medio que las nuevas generaciones utilizan para aprender y comunicarse (Gil-Quintana, 2016). Como consecuencia de este contexto, "la televisión debe o transformar su discurso para ajustarse al nuevo ecosistema de medios y hacerse más seductora a las nuevas generaciones, o aliarse con otros medios (antiguos o nuevos y articular nuevas formas narrativas)" (Scolari, 2014a: 25).

La televisión, por su parte, es un elemento que incide de manera importante en la formación de la identidad, ya que es un agente socializador y uno de los inventos con más influencia en las personas (Falières, 2006, como se citó en Jiménez, 2012). Esta influencia es patente en edades tempranas debido a la mayor permeabilidad a lo que se observa en otras personas reales o simbólicas, siendo habitual que el público infantil y juvenil adopte, por ejemplo, formas de vestir o caminar, modos de hablar o actuar, etc. de los personajes de las series de televisión (Jiménez, 2012). Por tanto, los medios audiovisuales juegan un papel importante en la asunción de valores éticos como propios, al inculcar patrones de conducta, valores y normas, y ofrecer modelos con determinados valores (Perinat, s.f.). Dentro de los medios audiovisuales, las series influyen a los más pequeños a la hora de adquirir y desarrollar valores a partir de los comportamientos positivos y negativos que en ellas se muestran (Sanz, 2019).

En relación a la educación en valores, esta es más necesaria que nunca debido a la complejidad y pluralidad de las sociedades actuales, puesto que favorece la cohesión social (Parra Ortiz, 2003). Los anti valores, por el contrario, son la contraposición de los valores como tal, ya que encierran aspectos negativos inadecuados para el desarrollo de los seres humanos (Coelho, s.f.).

Schwartz (1992) propone una teoría universal sobre el significado y el contenido de los valores humanos, a los que define como "creencias sobre estados, o conductas finales deseables, que trascienden a las situaciones específicas, que guían la selección o evaluación de la conducta y de los acontecimientos, y están ordenados según su importancia relativa" (Abella, Lezcano y Casado, 2017: 126). Schwartz fundamenta su sistema en la existencia de diez valores básicos, genéricos y universales que recogen las principales metas motivacionales de los seres humanos (Bilsky, Janik y Schwartz, 2011; Davidov, 2010; como se citó en Abella, Lezcano y Casado, 2017): logro, benevolencia, poder, universalismo, individualidad, hedonismo, tradición, seguridad, conformidad y estimulación. En la gran mayoría de las culturas estudiadas "la benevolencia, el universalismo y los valores de autodirección aparecen en la parte superior de la jerarquía y los valores de poder, tradición y estimulación aparecen en la parte inferior" (Schwartz, 2012: 17).

De acuerdo al sistema de valores de Schwartz (1992), las acciones que realiza una persona al perseguir un valor tienen consecuencias sociales, psicológicas y prácticas, que pueden ser compatibles con algunos de los demás valores del individuo, pero también entran en conflicto con otros (Jorge, 2016). Cuando se da ese conflicto, se produce un desequilibrio cognitivo que provoca una nueva restauración del equilibrio, bien asimilando el problema o bien acomodándose el pensamiento a dicho problema, lo que va conformando el desarrollo moral de la persona (Kohlberg, 1975).

En cuanto a la diversidad, esta supone "el reconocimiento y visibilización del conjunto y pluralidad de las diferencias, asumiéndolas y atendiéndolas" (Jiménez y Román, 2019: 50), así como el reconocimiento a la dignidad humana entendida como "una sensibilidad básica fundamental hacia nuestras semejanzas, es decir, hacia aquello que es común y constante en toda la pluralidad de estados" (Jiménez y Román, 2019: 51). Así, la diversidad "incrementa la exposición a situaciones diferentes y a distintos bagajes y, como consecuencia, se incrementa el número de estrategias y habilidades a adquirir por la persona" (Aguado et al., 2010: 27).

Asimismo, hay que tener en cuenta que a la hora de trabajar la igualdad de género a través de proyectos educativos con menores en edad escolar, estos se pueden centrar en: evitar los estereotipos en relación con la elección de profesiones, promocionar los buenos tratos, prevenir el *bullying* y el ciberacoso, potenciar la afectividad y la corresponsabilidad en las tareas domésticas, impulsar la

comunicación como medio para resolver los conflictos, potenciar la autoestima, y fomentar el uso adecuado de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y de las redes sociales para prevenir situaciones de riesgo (Trillo, 2019).

Por último, resaltar la relación bidireccional entre sociedad y medios de comunicación. Por un lado, la comunicación se ha convertido en "una herramienta básica en el desarrollo de las sociedades al facilitar la creación/preservación del patrimonio, de una cultura de participación y la construcción democrática de ciudadanía" (Rabadán, Bruzón y Montaña, 2015: 49). Por otro lado, una sociedad que estimule y promueve:

la reflexión, la creatividad y la concertación, asentada en valores de dignidad humana, solidaridad y justicia social, facilita la solución de problemas sociales y la construcción de proyectos de vida individuales de desarrollo, viables, realistas y con mayor posibilidad de armonización con los proyectos de vida grupales (D'Angelo, 1994, como se citó en D'Angelo, 1999: 149).

Por todo ello y teniendo en cuenta que "la escuela del siglo XXI tiene nuevos retos y necesita nuevas respuestas" (Aparici y Osuna-Acedo, 2013: 143), es oportuno analizar el uso potencial de *Go!azen* como recurso pedagógico.

La investigación parte de la formulación de dos preguntas:

- ¿Puede ser *Go!azen* un recurso pedagógico en el aula?
- ¿Cuáles son las aportaciones de *Go!azen* como recurso pedagógico?

Para responder a esas preguntas, se realiza un análisis del contenido partiendo de:

- Cuaderno de notas.
- Análisis documental del universo transmedia de *Go!azen*.
- Registro de observación de elaboración propia adaptado del *Cuestionario Valores y Televisión: Val-TV* (Palacios, Medrano y Aierbe, 2006; Medrano, Cortés y Palacios, 2007). Ver Tabla 1.

Tabla 1. Registro de observación de los diez valores de Schwart

Valor	Personaje	Escena donde se visibiliza
Autodirección Elegir las propias metas con independencia y libertad; guiarse en la vida por la curiosidad y por la creatividad.		
Estimulación Tener audacia para llevar una vida variada y excitante.		
Hedonismo Llevar (tener) una vida placentera.		
Logro Proponerse metas exigentes (ambiciosas) en la vida y tener inteligencia para conseguirlas (triunfar).		
Poder Ser una persona socialmente reconocida, tener autoridad, tener riqueza e influencia social.		
Seguridad Sentirse miembro aceptado en la sociedad, que haya orden en la sociedad y seguridad tanto en el país como en la familia.		
Conformidad Respeto hacia los padres y personas mayores, relaciones cordiales entre las personas, que la gente respete las normas y sepa comportarse.		

Valor	Personaje	Escena donde se visibiliza
<p>Tradición Respetar las tradiciones y que las personas sean prudentes y no engreídas (soberbias).</p> <p>Benevolencia Amistad y capacidad de perdonar, sinceridad y fidelidad a la palabra, responsabilidad.</p> <p>Universalismo Sabiduría y armonía interior, apertura a los demás, respeto hacia el medio ambiente, sentido de la igualdad y de la justicia</p>		

Fuente: Elaboración propia a partir del *Cuestionario de Valores y Televisión. Val-TV* (Palacios, Medrano y Aierbe, 2006; Medrano, Cortés y Palacios, 2007)

2. Metodología

2.1. Estrategias metodológicas

La investigación se lleva a cabo desde un enfoque cualitativo basado en la observación sistemática (registro de observación adaptado del *Cuestionario Valores y Televisión. Val-TV 0.2* [Palacios, Medrano y Aierbe, 2006; Medrano, Cortés y Palacios, 2007]) y no sistemática (cuaderno de notas y análisis documental). Partiendo de este enfoque metodológico, se realiza un análisis del contenido mediático de *Go!azen*.

El objetivo general y los específicos de la investigación son:

- Valorar la idoneidad educativa de *Go!azen* como recurso pedagógico.
 - Identificar los distintos tipos de diversidad visibilizados en *Go!azen*.
 - Identificar la presencia de los valores de la teoría de Schwartz (1992) en *Go!azen*.
 - Analizar los personajes y tramas de *Go!azen* como modelos educativos.
 - Analizar la narrativa transmedia de *Go!azen*.

Partiendo de estos objetivos, se establecen las siguientes hipótesis:

- *Go!azen* puede ser un recurso pedagógico adecuado para la población comprendida entre los 6 y los 12 años.
- *Go!azen* visibiliza valores y diversidades de la sociedad actual.
- Los personajes y tramas de *Go!azen* visibilizan la diversidad y transmiten valores.
- Los contenidos transmitidos por *Go!azen* llegan al público infantil por distintas vías y en distintas profundidades.

2.2. Instrumentos de recogida de información

El proceso de recogida de información cualitativo se ha realizado a través de:

- Registro de observación (Tabla 1) adaptado del *Cuestionario Valores y Televisión: Val-TV* (Palacios, Medrano y Aierbe, 2006; Medrano, Cortés y Palacios, 2007). Está basado en el sistema de diez valores de Schwartz y registra las escenas en las que se identifica cada valor, así como el personaje que lo visibiliza.
- Cuaderno de notas. Se recogen observaciones relevantes para la investigación no contempladas en el registro de observación.
- Análisis documental. Se analiza el enfoque educomunicativo del universo transmedia de *Go!azen*.

2.3. Proceso de investigación

Go!azen consta de una película y siete temporadas en el formato de serie con capítulos de 60 minutos.

La investigación sobre valores se ha basado en la última emitida, Go!azen 8.0, por ser la edición más actual y más vista de las emitidas hasta el momento (EITB, 2022a y 2022b).

El análisis del tratamiento de la diversidad se ha realizado sobre la película, las siete temporadas en formato serie y el resto del universo transmedia.

El proceso de investigación se ha basado en:

- Análisis documental. Se analiza, desde un punto de vista educomunicativo: los libros y revistas oficiales de la serie; el contenido de la APP; el contenido de la página web^[1] de Go!azen, desde donde se accede a todo el universo transmedia de Go!azen; y las redes sociales.
- Go!azen 8.0. El visionado de los 10 capítulos de la temporada (ver Tabla 2). Se analiza el tratamiento de la diversidad y de los valores identificados por Schwartz.

Tabla 2: Capítulos de la temporada Go!azen 8.0

Capítulo	Abreviatura en la investigación	Enlace
Go!azen 8.0. Capítulo 1	T8C1	https://cutt.ly/AF38erL
Go!azen 8.0. Capítulo 2	T8C2	https://cutt.ly/zF38ciL
Go!azen 8.0. Capítulo 3	T8C3	https://cutt.ly/EF38bdr
Go!azen 8.0. Capítulo 4	T8C4	https://cutt.ly/7F34BEx
Go!azen 8.0. Capítulo 5	T8C5	https://cutt.ly/fF33MIZ
Go!azen 8.0. Capítulo 6	T8C6	https://cutt.ly/aF34TKn
Go!azen 8.0. Capítulo 7	T8C7	https://cutt.ly/KF34tKv
Go!azen 8.0. Capítulo 8	T8C8	https://cutt.ly/sF38Kwv
Go!azen 8.0. Capítulo 9	T8C9	https://cutt.ly/EF37PPk
Go!azen 8.0. Capítulo 10	T8C10	https://cutt.ly/8F33HsG

- Película. Visionado de la película *Go!azen 1.0* (Elortegi y Aranguren, 2008), disponible tanto en la web de EITB, como en la televisión a la carta de EITB y en la APP. Se analiza el tratamiento a la diversidad.
- Obras de teatro (*Golazen Antzerkia*). Cada una de las obras está relacionada con una temporada de la serie (*Go!azen 6.0* y *Antzerkia 2020*, *Go!azen 5.0* y *Antzerkia 2019*, *Go!azen 4.0* y *Antzerkia 2018* y la obra de teatro titulada *Go!azen* relacionada con la película). Todas están disponibles en la APP, página web y televisión a la carta de EITB. Se analiza el tratamiento a la diversidad.
- Vídeos relacionados con las tramas de algunos de los personajes de Go!azen. Ver Tabla 3. Se analiza el tratamiento a la diversidad.

Tabla 3: Personajes y temporadas en las que aparecen

Personaje	Temporadas en las que aparece
Aitor	Go!azen 7.0
Amaia (personaje adulto)	Go!azen 5.0, 6.0, 7.0 y 8.0
Ander	Go!azen 5.0

Personaje	Temporadas en las que aparece
Enara	Go!azen 7.0 y 8.0
Gabo	Go!azen 6.0
Garazi	Go!azen 7.0 y 8.0
Gari	Go!azen 3.0, 4.0 y 5.0
Igor	Go!azen 6.0 y 7.0
Jontxu	Go!azen 3.0, 4.0 y 5.0
Sara	Go!azen 5.0
Zuri	Go!azen 5.0, 6.0, 7.0 y 8.0
Zuzen ^[2] (personaje adulto)	Película y Go!azen 2.0, 3.0, 4.0 y 5.0.

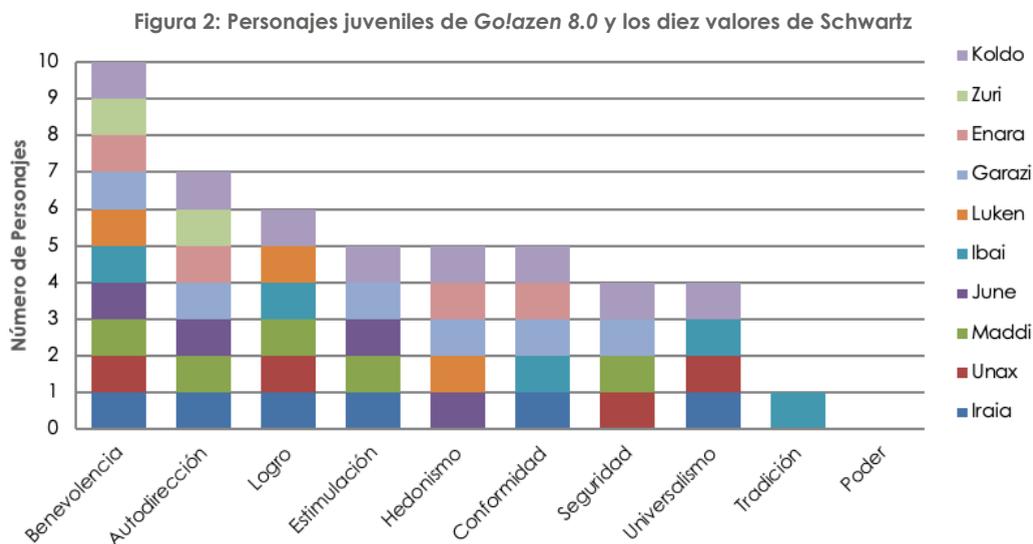
3. Análisis de resultados

3.1. Temporada Go!azen 8.0: valores

En *Go!azen 8.0*, los personajes principales son juveniles, siendo seis chicas (Zuri, Enara, Maddi, Iraia, Garazi y June) y cuatro chicos (Luken, Ibai, Unax y Koldo). Los personajes secundarios son los adultos: la directora (Amaia), el nuevo profesor (Edorta), el personal no docente que trabaja en *Basakabi* (Begoña y Markel), así como el padre de Garazi (Andoni) y el cómplice de Edorta (Jokin).

Para analizar los valores presentes, se ha utilizado el registro de observación de elaboración propia (Tabla 1) adaptado del *Cuestionario Valores y Televisión: Val-TV* (Palacios, Medrano y Aierbe, 2006; Medrano, Cortés y Palacios, 2007).

Todos los valores identificados por Schwartz son mostrados en la temporada por los personajes juveniles, a excepción del valor del poder. Como se observa en la Figura 2, esta presencia no es igual en todos los valores, es decir, hay valores que están representados por todos o muchos de los personajes mientras que otros lo están por menos.



Nota. Elaboración propia constatando, al menos, una conducta en el personaje relacionada con el valor señalado.

A continuación se describen las situaciones en las que se observan los valores definidos por Schwartz ordenados según su presencia en *Go!azen 8.0*.

3.1.1. Benevolencia

Relacionada con la amistad, la capacidad de perdonar, la sinceridad, la fidelidad a la palabra.

Destaca su presencia sobre el resto de valores, ya que aparece en todos los personajes tanto en situaciones grupales (ej.: apoyo a Maddi, Unax, Zuri o Garazi cuando pasan malos momentos) como en situaciones individuales (ej.: ayudar a los demás a superar sus problemas o encontrar soluciones).

Por tanto, es un valor presente en todos los personajes, siendo predominante en Iraia e Ibai.

En las tramas se da mucha importancia tanto a la sinceridad en las relaciones afectivas (Maddi y Unax, Zuri y Enara, Garazi y Luken, June e Ibai), así como a la capacidad de perdonar (ej.: Maddi a Unax, Zuri a Enara, Garazi a Luken, y perdón del grupo a Unax tras la traición a Maddi).

La benevolencia crea conflictos internos en algunos personajes, como Unax, al chocar con valores como el logro (ej.: el productor le dice a Unax que presente la canción que ha compuesto con Maddi sin contar con ella, en el minuto 50'35" de T8C8). También origina conflictos entre los personajes ya que la presencia del valor no se da al unísono en todos los personajes (ej.: todos y todas se enfadan con Unax por la traición a Madi presentando la canción sin ella, en el minuto 42'00" de T8C10).

3.1.2. Autodirección

Vinculada a elegir las propias metas con independencia y libertad, y a guiarse en la vida por la curiosidad y por la creatividad.

Es el segundo valor más presente en la temporada.

Aparece en las tramas principales de la temporada: Maddi y su apuesta por el mundo de la música; June decide crear un consultorio psicológico; Iraia lucha por llevar una vida normal a pesar de su problema auditivo; Garazi quiere llevar una vida familiar positiva; Koldo y su empeño por desenmascarar a Edorta; Enara se esfuerza por aceptar su identidad sexual; Zuri que tiene clara el tipo de relación afectiva que quiere mantener con Enara.

3.1.3. Logro

Relacionado con la ambición, el triunfo, la capacidad y la influencia.

Es el tercer valor más presente en la temporada.

Aparece en distintas tramas principales: Maddi y Unax ganan el concurso de maquetas; Koldo e Iraia desenmascaran a Edorta; Ibai y Luken vencen sus respectivos bloqueos (Luken, os en los exámenes; Ibai sobre su rechazo a tocar y ser tocado); e Iraia, que lleva una vida normalizada a pesar de su problema auditivo.

3.1.4. Estimulación

Vinculada al atrevimiento y a llevar una vida excitante y variada.

Este valor ocupa la cuarta posición, igualado en presencia con el hedonismo y la conformidad.

Puede observarse en el atrevimiento de Maddi a presentarse a un concurso musical que constituye una de las tramas principales de la temporada. También se observa con frecuencia tanto en el personaje de June, que todo lo vive con gran intensidad, como en el de Koldo, que durante toda la temporada vive una aventura para desenmascarar a Edorta. A esta aventura de desenmascarar a Edorta por parte de Koldo, se une Iraia a partir de T8C5, y como se puede ver en la escena del minuto 35'00" del T8C8.

3.1.5. Hedonismo

Vinculado al placer, a llevar una vida divertida, a la autoindulgencia.

Su presencia ocupa el cuarto puesto, junto a la estimulación y la conformidad.

Koldo es el personaje que más verbaliza el hedonismo (ej.: minuto 42'04" del T8C1), aunque son múltiples las escenas a lo largo de la temporada donde los personajes se divierten tanto de forma grupal (ej.: minuto 41'40" del T8C7), como individual: June (ej.: minuto 8'23" del T8C3), Garazi (ej.: minuto 13'21" del T8C8), Luken (ej.: minuto 21'29" del T8C2), Enara (ej.: minuto 28'20" del T8C5).

3.1.6. Conformidad

Relacionada con la autodisciplina, la educación, el respeto a padres y ancianos, la obediencia.

Su presencia en la temporada es igual a la de los valores de estimulación y hedonismo.

El valor se expresa de forma manifiesta en el reconocimiento de la autoridad de Amaia por parte de Iraia (ej.: minuto 6'17'' del T8C9) y Koldo (ej.: minuto 50'34'' del T8C2), aunque éste último, en ocasiones, tiene un conflicto con este valor cuando interacciona con Edorta, con quien se enfrenta reiteradamente.

También se observa en los personajes de Garazi (ej.: minuto 56'00'' del T8C4, cuando acepta vivir con su padre biológico para no perjudicar a Amaia, su madre de acogida), Enara (ej.: minuto 63'07'' del T8C10: necesita la aceptación por parte de su familia de su relación) e Ibai (ej.: minuto 34'36'' del T8C4, cuando explica la importancia de las normas y leyes).

3.1.7. Seguridad

Relacionada con la estabilidad familiar, la seguridad nacional, el orden social y la reciprocidad de favores.

Ocupa, junto al universalismo, la séptima posición.

Está muy presente en las tramas principales tanto de Garazi, quien busca su estabilidad familiar a lo largo de toda la temporada tras la aparición de su padre, como de Unax, que no se da la oportunidad de integrarse en el grupo pero al mismo tiempo quiere ser parte de él y sentir su apoyo. También se observa en los personajes de Ibai, que se caracteriza por su racionalidad e importancia al orden social (ej.: 34'35'' del T8C4), y de Maddi cuando reflexiona, en el minuto 54'25'' del T8C3, sobre su pasado en el que sus inseguridades le hacían tener comportamientos que le alejaban del grupo.

3.1.8. Universalismo

Relacionado con la igualdad, la justicia social, la sabiduría, tener la mente abierta, la protección del ambiente, la unión con la naturaleza, el deseo de un mundo hermoso.

Ocupa, junto a la seguridad, la séptima posición.

El valor está presente en Iraia, siempre dispuesta a ayudar al que más lo necesita y luchar ante las injusticias (ej.: expulsión de Koldo, en el minuto 35'39'' del T8C4); Koldo (ej.: minuto 42'00'' de T8C10, cuando enfatiza la importancia de reconocer los errores, lo que hace merecedor a Unax de otra oportunidad); Ibai, para el que la imparcialidad, no prejuzgar a las personas y la justicia son elementos fundamentales; y de una manera implícita en Unax, que en dos capítulos: T8C1 (minuto 11'54'') y T8C7 (minuto 3'25''), viste una camiseta con el lema "Inor ez da ilegal" (nadie es ilegal).

El valor está presente en tramas principales como la justicia por reconocer a Maddi la autoría de su canción en el concurso y las segundas oportunidades que le dan a Unax tras sus actitudes y actos.

3.1.9. Tradición

Relacionada con la devoción, el respeto a la tradición, la moderación y la humildad.

Se visibiliza únicamente en Ibai, para quien la moderación y humildad son muy importantes durante la temporada debido al dominio de lo racional en su pensamiento.

3.1.10. Poder

Vinculado a la autoridad, al poder social, a la riqueza, y a preservar la imagen pública.

No se observa en los personajes juveniles, pero sí en uno de los personajes adultos, Amaia. Amaia, como directora, es la persona a la que acuden los chicos y chicas cuando surge un problema (ej.: minuto 50'34'' del T8C2; y minuto 6'17'' del T8C9), además de ejercer su poder cuando debe (ej.: expulsión de Koldo tras la acusación de agresión por Edorta en el minuto 4'33'' del T8C7).

Amaia también encarna valores como el universalismo y la benevolencia (ej.: reconoce su error en la expulsión injusta de Koldo y le readmite, apoya a Maddi en su aventura musical, acoge a Garazi a pesar de los problemas que le ocasiona el padre biológico de Garazi, etc.).

3.2. Antivalores en *Go!azen 8.0*

Los antivalores se visibilizan a través de los personajes adultos de Markel y Edorta:

- Edorta. Visibiliza la deshonestidad (ej.: utiliza su trabajo en *Basakabi* para localizar unas joyas escondidas), abuso de poder (ej.: amenaza a Koldo, Luken y Garazi en varias escenas de la temporada) y la mentira (ej.: falsea su curriculum vitae). La temporada termina con Edorta desenmascarado y detenido.
- Markel. Visibiliza el poco esfuerzo, la pereza, la irresponsabilidad, la inmadurez o la satisfacción inmediata de los deseos sin pensar en las consecuencias de sus actos, o la anteposición de sus intereses a las obligaciones y responsabilidades. Las consecuencias de los actos de Markel suelen perjudicarlo, de modo que se ofrece una visión negativa cuando una persona se guía por los antivalores, que además termina reparando sus acciones a petición de Amaia o Begoña. El personaje de Begoña suele poner de relieve y verbalizar cada antivalor de Markel, poniendo así en evidencia las consecuencias negativas de los mismos.

Algunos personajes juveniles también visibilizan algunos antivalores como la falta de sinceridad, presente en las tramas de las relaciones afectivas de Enara y Zuri, Maddi y Unax, y de Garazi y Luken, o la traición, que se observa en el personaje de Unax (capítulos T8C9 y T8C10). Estas tramas evolucionan de modo que se resuelven a través de la asertividad, la sinceridad, la petición de perdón o la reparación del daño.

3.3. Tratamiento de la diversidad en *Go!azen*

Go!azen, a través de las tramas de sus distintos personajes, visibiliza y normaliza distintas diversidades a lo largo de sus temporadas, como así se ha recogido en el cuaderno de notas utilizado en la investigación.

3.3.1. Diversidad familiar

Se observa claramente en el personaje de Garazi (*Go!azen 7.0* y *8.0*). En el último capítulo de *Go!azen 7.0*, es acogida en la familia de la directora de *Basakabi*, Amaia. En *Go!azen 8.0*, una de las tramas se centra en la situación familiar de Garazi tras la salida de prisión de su padre y la solicitud de devolución de su guarda. Al final de la temporada, Garazi y su padre acuerdan que lo mejor para ella es continuar viviendo con su familia de acogida.

Otro personaje adulto, Amaia (*Go!azen 5.0, 6.0, 7.0* y *8.0*), responde al tipo de familia reagrupada con su hija Zuri, su actual marido Paul y el hijo de ambos, Ander, y la hija de Paul, Eli (*Go!azen 3.0, 4.0* y *5.0*); y familia de acogida con Garazi (*Go!azen 7.0* y *8.0*).

3.3.2. Diversidad funcional

3.3.2.1. Síndrome de Down

Aitor, personaje adulto con síndrome de Down en *Go!azen 7.0*, es el encargado del mantenimiento y de la jardinería. Se muestra como un personaje alegre, agradable y con un gran sentido del humor.

3.3.2.2. Déficit auditivo

La diversidad funcional sensorial por un déficit auditivo de Iraia se visibiliza en cada capítulo de *Go!azen 8.0*. En el primer capítulo (T8C1), Iraia y su hermano mellizo, Unax, explican con naturalidad que Iraia presenta este déficit auditivo por lo que debe leer los labios, apoyarse en el lenguaje de signos y es necesario avisarle cuando se le va a hablar. En los capítulos siguientes, sus compañeros y compañeras interiorizan y normalizan la situación, por lo que siempre que le hablan le dan un toque en el brazo, se colocan de frente para hablarle e incluyen a Iraia en las conversaciones, incluso atreviéndose a usar el lenguaje de signos. Iraia, lejos de presentarse como alguien sin capacidades, es uno de los personajes que desenmascara a Edorta valiéndose de su habilidad para leer los labios.

3.3.2.3. Síndrome de Asperger

En *Go!azen 8.0* Ibai es un personaje con síndrome de Asperger que se caracteriza por su dificultad para entender los dobles sentidos de las frases, utilizar un vocabulario muy técnico, poseer muchos conocimientos en materias como la psicología o la ciencia, gustarle mucho los dinosaurios y tener tanta fobia a ser tocado que repite casi como una mantra "ukitu gabe" (sin tocar). Su conocimiento y objetividad hacen que se convierta en una persona que con el paso de los episodios se convierta en referente de esos dos valores para el resto. Asimismo, su fobia a ser tocado es un obstáculo en su relación afectiva con June, por lo que se marca como propósito vencer ese miedo, lo cual logra con ayuda de June. June le describe como alguien que no es raro sino que es original y diferente además de inteligente, agradable, divertido, más bondadoso que los demás, que nunca se mete con nadie y que no prejuzga a las personas (minuto 24'27'' del T8C7).

3.3.3. Diversidad afectivo-sexual

3.3.3.1. Personas transgénero

En *Go!azen 6.0* uno de los personajes, Gabo, interpretado por Kimetz Renteria, es transgénero^[3]. El personaje tiene que defenderse de las acciones de algunos compañeros transfobos a lo largo de las tramas y capítulos de la temporada *Go!azen 6.0*.

3.3.3.2. Homosexualidad

En *Go!azen 5.0* llega a *Basakabi* Ander, quien deja claro desde el primer momento su homosexualidad y que no hay por qué avergonzarse de ello. Allí coincide con un antiguo compañero del colegio, Gari, quien, cuando eran pequeños, le hizo *bullying* por su orientación sexual. Esta relación constituye una de las tramas principales de la temporada, la cual finaliza con la petición de perdón de Gari por el daño ocasionado.

En *Go!azen 7.0*, el personaje de Zuri va descubriendo su identidad y orientación sexual cuando se siente atraída por Enara, quien se convierte en la primera relación afectiva de su vida. Esta trama continúa en *Go!azen 8.0*.

3.3.3.3. Bisexualidad

En *Go!azen 7.0*, Enara mantiene una relación afectiva con un chico, Igor. Cuando esa relación acaba, una chica, Zuri, le expresa su atracción por ella, lo que le hace replantearse a Enara su identidad y orientación sexual, iniciando ambas una relación afectiva que se mantiene durante la temporada *Go!azen 8.0*.

3.3.3.4. Relaciones entre personas del mismo género

Una de las tramas principales de *Go!azen 7.0* y *8.0* es la relación afectiva entre dos de las chicas: Enara y Zuri. En *Go!azen 5.0* se visibiliza la relación entre dos chicos, Ander y Jontxu.

Estas dos relaciones muestran distintos aspectos de las relaciones entre personas del mismo género como la aceptación de la identidad y orientación sexual, el miedo a ser aceptado socialmente o el miedo a contarlo a los padres/madres. El paso en la normalización se produce en *Go!azen 8.0*, cuando se muestra la relación entre Zuri y Enara no diferenciándola del resto de relaciones afectivas.

3.3.4. Diversidad cultural y religiosa

El personaje de Sara aparece en *Go!azen 6.0*, donde ocupa el puesto de ayudante de cocina. Sara es una joven natural de Marruecos que reside en el País Vasco con su familia desde hace muchos años. Sara viste con *hiyab* porque se muestra orgullosa de su cultura y porque así lo ha decidido ella voluntariamente. A lo largo de la temporada, Sara comienza una relación afectiva con uno de los chicos, Aimar, y ambos deben hacer frente tanto a la oposición del padre de Sara como de la madre de Aimar. Sara también sufre acciones racistas por parte de su compañero Igor.

3.3.5. Diferencias cronológicas

El personaje de Joxe, conocido como Zuzen, aparece en la película, *Go!azen 1.0*, y en *Go!azen 2.0*, *3.0*, *4.0* y *5.0*. Es fraile y director de *Basakabi*. Tiene un estilo educativo autoritario, basado en la disciplina y en la moral católica, con gran cantidad de normas y receloso de las innovaciones. Con el paso de las temporadas, Zuzen va evolucionando hacia una perspectiva menos autoritaria y tradicional de la educación, haciéndose más tolerante en sus valores morales, lo que le hace acercarse a los personajes jóvenes, ganándose su cariño y reconocimiento.

Uno de los personajes con más trayectoria en *Go!azen* es Begoña, ya que está presente en todas las temporadas desde *Go!azen 3.0*. Es la persona encargada de la limpieza de *Basakabi*. Es el personaje más mayor de la serie a partir de *Go!azen 6.0* (hasta entonces lo era Zuzen). Tiene gran afinidad con los personajes juveniles a lo largo de las temporadas. En *Go!azen 7.0* y *8.0*, se erige en el personaje que pone orden al desorden de Markel, además de evidenciarse en ella el cambio de generación con respecto a los otros personajes adultos y juveniles, incorporando en su vocabulario palabras como *streaming*, *Tinder*, etc.

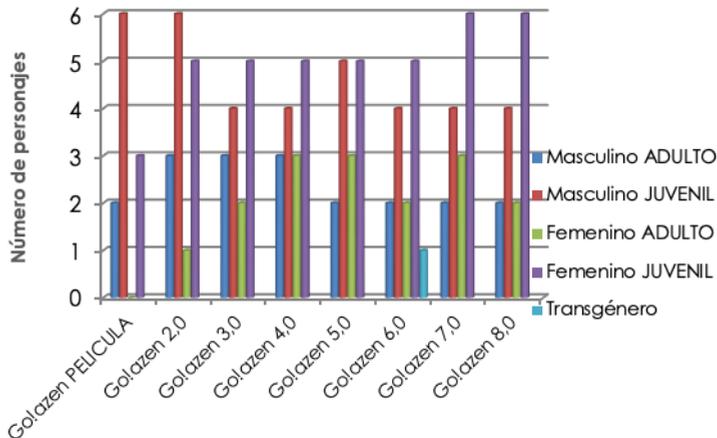
3.3.6. Igualdad de género

Desde el estreno de la película *Go!azen 1.0* en 2008 hasta la emisión de la última temporada, *Go!azen 8.0*, hay una evolución cuantitativa y cualitativa en el tratamiento de la igualdad de género.

A nivel cuantitativo, en la película ninguno de los personajes adultos principales (dos hombres: Joxe y Mikel) o secundarios que realizaban el papel de docentes era mujer, ya que se trataba de

un campamento organizado por unos frailes. En cuanto a los personajes juveniles principales, había seis chicos y tres chicas. La evolución en estos catorce años hasta *Go!azen 8.0* ha hecho que desde *Go!azen 3.0* el número de personajes femeninos juveniles sea superior al de personajes masculinos juveniles, incluyendo la participación de un personaje transgénero en *Go!azen 6.0*, *Gabo*. Este cambio cuantitativo se puede apreciar en la Figura 3.

Figura 3: Presencia de personajes en función de la variable género



Nota. Elaboración propia a partir de los datos de *Go!azen (telesaila)* (2022).

A nivel cualitativo, se han ido incluyendo tramas relacionados con el género (ej.: personaje transgénero, *Gabo*, en *Go!azen 6.0*), mujeres en cargos directivos (ej.: Amaia es la directora del campamento desde *Go!azen 6.0*), violencia sexista (ej.: trama de Ander en *Go!azen 5.0*), las mujeres en la cultura musulmana (personaje de Sara en *Go!azen 6.0*), etc.

3.4. Universo transmedia de *Go!azen*

Todos los capítulos de *Go!azen*, así como la película y las obras de teatro están disponibles en la página web de EITB, en la plataforma de televisión a la carta (EITB Nahieran) y en la APP.

Desde la APP y la web también se accede a contenido extra, a los karaokes, canciones, vídeos tutoriales de las coreografías, agenda, análisis de algunas de las canciones o noticias.

En el canal de EITB en Youtube se encuentran los capítulos de *Go!azen 8.0*, así como los karaokes de todas las canciones de *Go!azen*, incluidas aquellas que se utilizan en las tramas para visibilizar valores o situaciones de diversidad.

Cada una de las tres obras de teatro (*Go!azen Antzerkia 2018, 2019 y 2020*) está vinculada a una temporada de la serie (*Go!azen 4.0, 5.0 y 6.0* respectivamente), recogiendo las tramas principales de las mismas. En *Go!azen Antzerkia 2019*, se incorpora la trama referida a la homosexualidad de Ander y a la violencia sexista que sufrió por ello. Hay una cuarta obra de teatro, llamada *Go!azen* vinculada a la película.

Además de las obras de teatro, *Go!azen* realiza otras actuaciones en directo como conciertos, preestrenos o karaokes participativos con los fans.

Go!azen colabora con la Diputación de Guipúzcoa en su campaña *Denok Zu* (todos tú), de visibilización de la diversidad sexual y violencia sexista. La campaña cuenta con un videoclip musical promocional con el mismo nombre y realizado por el elenco de *Go!azen* (Donostititik, 2017). La canción se incorpora a las tramas de *Go!azen 5.0* y a la obra de teatro correspondiente, *Go!azen Antzerkia 2019*.

El actor Kimetz Rentería, que interpreta a *Gabo* en *Go!azen 6.0*, quiso dar visibilidad a su situación participando en la tercera edición del concurso de canto *Bago!az*, cuyo premio consistía en incorporarse a *Go!azen 6.0*. A pesar de no ganar, desde *Go!azen* se decide incorporarle a la temporada.

En el libro *Maddiren amona influencerra* (la abuela influencer de Maddi) (2020), la coprotagonista es la abuela de Maddi. El libro visibiliza las diferencias cronológicas al girar su argumento sobre la relación

que establecen abuela y nieta durante el confinamiento general del año 2020. La historia también está disponible en el audiolibro correspondiente, disponible en la sección de podcast de EITB^[4].

Go!azen está presente en Twitter, Instagram, TikTok y Facebook. Estas redes sociales necesitan de una edad legal de uso mayor a la del público objetivo. No obstante, se pueden utilizar desde un punto de vista de educación mediática, ya que entre su contenido, por ejemplo, se encuentran acciones de sensibilización o de creación de contenido digital.

Por último, *Go!azen* lanza en 2022 una actividad de creación cocreativa de la canción del verano a partir de las aportaciones del público. Para ello, proporciona instrucciones a través de un vídeo explicativo y una base musical y rítmica. En julio de 2022 se estrena la canción, *Bizi-Alai* (vida alegre) a partir de las aportaciones de más de 500 jóvenes (EITB, 2022c).

4. Discusión

Go!azen es una serie musical ampliamente popular entre el público infantil del País Vasco y sus zonas limítrofes: *Go!azen 8.0* es la edición más vista con un 6,0% de share, un 14,4% de cuota de pantalla entre vascoparlantes, 98.000 telespectadores y telespectadoras de audiencia acumulada en cada capítulo, y líder absoluto (32'9% de cuota) entre la población más joven (EITB, 2022b). Estos datos son muy elevados si tenemos en cuenta las cuotas de pantalla de los canales nacionales de televisión en el País Vasco: La1, 8,8%; La2, 3,3%; Antena3, 10,8%; Cuatro, 5,7%; Telecinco, 14%; y La Sexta, 7% (Statista, 2022).

En relación a la influencia potencial de la serie, hay que tener en cuenta que, dada la lengua de producción de *Go!azen*, el euskera, y el público objetivo de la misma, esta influencia se dará entre aquel público de 6 a 12 años que sea bilingüe (según los datos del EUSTAT-Instituto Vasco de Estadística de 2019, es superior al 83% en esa franja de edad, y del 17% restante, el 10% es población bilingüe pasiva).

Tras la visualización, observación y análisis del contenido mediático de *Go!azen*, y a pesar de que es una serie de ficción destinada al entretenimiento de su público, puede afirmarse que *Go!azen* favorece que se usen sus contenidos de manera intencional con el objetivo de educar en valores, abordar la diversidad, y fomentar el sentido crítico y la participación en las personas destinatarias (Medrano, 2006). Es decir, las características de los contenidos de *Go!azen* favorecen el uso de este producto como recurso educativo ya que la exposición de los valores y de la diversidad puede ser utilizada por los agentes educadores para tratar de resolver problemas o abordar situaciones, utilizando a los personajes y situaciones de *Go!azen* como una fuente de recursos valiosa para conseguirlo.

El visionado de *Go!azen* incide positivamente en la construcción de la identidad del público, debido a la permeabilidad propia de la edad y a la influencia de la televisión como agente socializador (Falières, 2006, como se citó en Jiménez, 2012), lo que posibilita al público adoptar modos de actuar de los personajes (Jiménez, 2012).

En cuanto a la evolución de *Go!azen* a los largo de sus dieciocho años de andadura, comienza siendo una película musical en la que se muestran tramas propias de una película juvenil (relaciones afectivas, rivalidades, etc.). Cuando la película da el salto a serie, especialmente a partir de *Go!azen 3.0*, es decir, cuando se convierte en una serie transmedia, las tramas comienzan a abordar la diversidad, haciendo de esta visibilización una característica de *Go!azen* temporada tras temporada (Audiovisual451, 2020). Esta evolución también se refleja en su director, Zuzen, que, a su vez, conlleva una paulatina apertura en la visión del campamento, teniendo en cuenta tanto la diversidad y como las metodologías más activas de enseñanza-aprendizaje. Estos cambios se asientan a partir de *Go!azen 6.0*, ya que tras la jubilación de Zuzen, Amaia asume la dirección, impregnando su cargo de una visión comprensiva, positiva y acorde a la sociedad postdigital (Jandric et al., 2018), además de convertirse en una mujer con el cargo de dirección. La asunción de la dirección por Amaia es el final del progreso en la incorporación de mujeres en los personajes adultos, que va desde la ausencia de ellos en la película, hasta la paridad en la última temporada emitida, *Go!azen 8.0*.

La igualdad de género, por tanto, es abordada en *Go!azen* tanto desde un punto de vista cuantitativo, es decir, incorporando más personajes femeninos adultos y juveniles, como desde un nivel cualitativo, es decir, incorporando tramas relacionadas con el género: mujeres en cargos directivos, violencia sexista, relaciones tóxicas, las mujeres en la cultura musulmana, la afectividad, relaciones de dependencia, la idealización del amor romántico, etc. Este abordaje de la igualdad de género realizado es acorde a la edad de su público: promoción de los buenos tratos, la prevención del acoso por motivos relacionados con el género o/y sexo, la afectividad, el impulso de la comunicación como medio para resolver los conflictos, la autoestima y la utilización adecuada de las Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación (TRIC) (Marta-Lazo, Gabelas y Marfil-Carmona, 2019), y de las redes sociales para

prevenir situaciones de riesgo (Trillo, 2019). La serie presenta los distintos valores desde la perspectiva del Factor Relacional (Marta-Lazo y Gabelas, 2016). al que hace referencia la "R" del acrónimo TRIC.

Go!azen visibiliza y normaliza distintas diversidades que se abordan desde una perspectiva combinada con la igualdad, es decir, mostrando las diferencias pero también las semejanzas entre los distintos personajes. Esta exposición a la diversidad y el planteamiento sobre ella posibilitan al público la apertura a otras posturas vitales, y le dan la oportunidad de poder aprender y de incrementar el número de estrategias y habilidades (Aguado et al., 2010). Asimismo, la normalización y visibilización de las diversidades contribuye a que el público pueda superar estereotipos y prejuicios.

En lo que a los personajes se refiere, tanto las características de los mismos como las situaciones y tramas de las temporadas ofrecen al público modelos y valores que les permiten interiorizar tanto conductas como actitudes, aumentando así sus posibilidades experienciales (Sahudillo, 2007). Más concretamente, se aprecia la posibilidad de que los personajes incidan en la construcción y aceptación del yo en la medida en la que se muestran distintas identidades tanto de índole afectivo-sexual, familiar, diversidad funcional o las relacionadas con gustos, características y habilidades personales.

El análisis de *Go!azen 8.0* en relación a los valores morales constata la presencia en los personajes juveniles de todos los valores identificados por Schwartz (1992), a excepción del poder. El orden de prevalencia de los valores es similar al observado Schwartz (2012). Es decir, prevalecen sobre el resto de valores la benevolencia, presente en todos los personajes juveniles, y la autodirección. Por el contrario, no se visibiliza el poder y es escasa la presencia de la tradición. Las tramas dan protagonismo a la estimulación, que suele ocupar situaciones más bajas, y resta presencia al universalismo, que suele ocupar posiciones más altas (Schwartz, 2012). Asimismo, la prevalencia de la benevolencia conlleva la ausencia de uno de sus valores antagónicos, el poder. La prevalencia de este valor también ocasiona que, al no presentarse en todos los personajes al unísono, se produzcan situaciones de conflictos entre personajes, así como conflictos internos cuando en un personaje esté presente otro valor antagónico, como por ejemplo el logro (Jorge, 2016). El segundo valor más presente en *Go!azen 8.0* es la autodirección, observada en siete de los personajes y que puede explicar la menor visibilización de sus valores antagónicos: tradición, seguridad y conformidad (Jorge, 2016).

La visibilización de valores morales en *Go!azen 8.0* podrá favorecer el desarrollo moral de los niños y niñas en la medida en que los conflictos entre los valores traspasen la pantalla y pasen a darse entre los personajes y el espectador/a, produciendo así un desequilibrio y una posterior reestructuración cognitivo-moral que favorezca el paso a estadios de desarrollo moral superior (Kohlberg, 1975).

Go!azen, por tanto, educa "para" y "desde" el espectáculo que nos ofrece, superando el divorcio entra la escuela y la televisión en la formación de una ciudadanía más crítica y reflexiva (Ferrés, 1995).

En cuanto a la representación de los antivalores en *Go!azen 8.0*, en los personajes juveniles se muestra la superación de los mismos a través del despliegue de distintas habilidades: reconocimiento de los errores, asunción de responsabilidades, asertividad, empatía, etc. En el caso de los antivalores en los adultos, se ridiculiza o penaliza al personaje a través de las consecuencias negativas de los actos vinculados al antivalor, como en el caso de Markel, o el personaje queda retratado como un villano, como es el caso de Edorta.

El tratamiento a la diversidad y de los valores que se hace en la serie traspasa las pantallas y llega al público gracias al planteamiento transmedia (Gil-Quintana y Osuna-Acedo, 2020; Jenkins, 2003 como se citó en Jenkins, 2007). Este planteamiento transmedia, además de propiciar la difusión entre los límites de la serie y de la realidad del público (ej.: participar en la serie a través de los concursos *DantzGo!* y *Bago!az*; experiencias en directo, posibilidad de interactuar con los actores y actrices), propicia que el público sea interactuante (Castells, 1998, como se citó en Osuna-Acedo, 2010), teniendo capacidad para crear dentro del espacio digital su propia información y su propio estilo comunicativo, así como desarrollar canales de comunicación dinámicos.

La amplitud del universo transmedia de *Go!azen*, con más de veinte elementos, y sus distintos lenguajes (escrito, audiovisual, teatral, digital, musical y sonoro) propicia que el público encuentre la opción más ajustada a sus gustos, preferencias y capacidades. Al mismo tiempo, la interconexión entre los distintos espacios del universo favorece que el público pueda probar viejos y nuevos medios (Scolari, 2014b) por los que puede terminar sintiéndose atraído y decida continuar explorándolos.

En cuanto a las redes sociales, éstas se usan no solo para promocionar *Go!azen*, sino que también sirven para visibilizar compromisos con la realidad social (ej.: día 8 de Marzo en las historias de las redes sociales) y para crear vínculos entre los elementos del universo transmedia (Gil-Quintana y Osuna-Acedo, 2020).

Merece una mención especial la actividad lanzada para el verano 2022. En ella se propone la creación conjunta de la canción por parte del público. Esta actividad es acorde a las características del público al que se dirige *Go!azen* en la actual sociedad postdigital (Jandric et al., 2018), donde el público es EMIREC, prosumidor y webactor (Gil-Quintana, 2016). Esta iniciativa cocreativa se ajusta a las características de la sociedad postdigital, y posibilita que se use como recurso educativo para trabajar la música, la lengua, los valores, la creatividad, la colaboración, el trabajo en equipo, aprender a afrontar retos, etc., de modo que esa cultura de la participación puede crear oportunidades de aprendizaje y empoderar a esta ciudadanía más joven como usuaria digital (Aparici y Osuna-Acedo, 2013). Es decir, fomenta la construcción de una ciudadanía que deja de ser mera consumidora pasiva a ser protagonista de los contenidos disponibles (Esaño, 2019).

Por último, hay que destacar la relevancia de que una institución como la Diputación Foral de Guipúzcoa sea consciente del potencial de la sociedad para inculcar valores en su ciudadanía, así como de la influencia de la televisión en las personas y de la educación a través de los *mass media*, de modo que decide utilizar *Go!azen* para promocionar su campaña de sensibilización *Denok Zu*.

5. Conclusiones

Partiendo de la premisa de que ningún producto mediático es la realidad sino una representación de la realidad, tras la visualización, observación y análisis de *Go!azen* pueden afirmarse las hipótesis establecidas:

- *Go!azen* es un recurso pedagógico adecuado para la población comprendida entre los 6 y los 12 años.
- *Go!azen* visibiliza valores y diversidades de la sociedad actual.
- Los personajes de *Go!azen* visibilizan la diversidad y transmiten valores.
- Los contenidos transmitidos por *Go!azen* llegan al público infantil por distintas vías y en distintas profundidades.

La apuesta de EITB por una serie transmedia en euskera dirigida al público más joven, así como los apoyos institucionales recibidos, ponen de manifiesto la relevancia e importancia otorgada desde las instituciones a promocionar tanto una educación a través de los *mass media*, como a potenciar la alfabetización mediática, el uso del euskera entre la población infantil, la difusión de valores, la visibilización y normalización de la diversidad, y la estimulación de la reflexión y la creatividad.

La experiencia transmedia de *Go!azen* se ha convertido en un fenómeno social entre el público infanto-juvenil, al tiempo que visibiliza valores morales y aborda un tratamiento adecuado de la diversidad. Además, *Go!azen* utiliza un lenguaje narrativo y lleva a cabo iniciativas que son propias de la sociedad postdigital, al favorecer la cocreación de contenidos y la construcción de una ciudadanía que deja de ser mera consumidora pasiva a ser protagonista de los contenidos disponibles y que accede a través de distintos medios y lenguajes a los contenidos.

El planteamiento educativo de los contenidos de *Go!azen* facilita la solución de los problemas sociales, propicia la construcción de proyectos de vida individuales en armonía con los proyectos de vida grupales, y aporta alternativas de proyectos de vida social y de nación que conservan el sentido de conexión de la identidad personal, colectiva y cultural del país (D'Angelo, 1994, como se citó en D'Angelo, 1999). Este planteamiento educativo y el planteamiento transmedia con el que se acompaña aumentan las posibilidades de influencia en el público debido a la mayor conexión entre contenido y audiencia.

Por tanto, aceptando la relación bidireccional entre medios de comunicación y sociedad, *Go!azen* es una herramienta de utilidad en las aulas para transmitir valores sociales, visibilizar la diversidad propia, natural e irrenunciable de las sociedades contemporáneas (Jiménez-Fernández, 2005, 2010, 2011, como se citó en Jiménez y Román, 2019), e intervenir en la formación de la identidad y de los valores éticos que se van asumiendo como propios (Perinat, s.f.).

Las líneas de investigaciones futuras pueden ahondar en el tratamiento de otros temas de relevancia social visibilizados en *Go!azen* como el medio ambiente, la igualdad de género, etc.

6. Contribuciones

Contribuciones	Firmante
Concepción y diseño del trabajo	Firmante 1, firmante 2
Búsqueda documental	Firmante 1, firmante 2
Recogida de datos	Firmante 1, firmante 2
Análisis e interpretación crítica de datos	Firmante 1, firmante 2
Revisión y aprobación de versiones	Firmante 1, firmante 2

7. Referencias bibliográficas

- Abella, V., Lezcano, F., y Casado, R. (2017). Evaluación de la jerarquía de los valores humanos de Schwartz en la adolescencia: diferencias de género e implicaciones educativas. *Revista Brasileira de Educação*, 22(68), 123-146. <https://doi.org/10.1590/S1413-24782017226807>
- Agirreazkuenaga, I., Larrondo, A., y Peña, S. (2020). Hacia una mayor participación de la audiencia: experiencias transmedia para jóvenes. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1445-1454. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.71375>
- Aguado, M. T., Ballesteros, B., Gil-Jaurena, I., Jiménez, R. A., Malik, B., y Mata, P. (2010). *Diversidad e igualdad en educación*. UNED.
- Aparici, R., y García-Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas. *Revista Comunicar*, XXVII(55), 71-79. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-07>
- Aparici, R., y Osuna-Acedo, S. (2013). La Cultura de la Participación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 4(2), 137-148. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2013.4.2.07>
- Audiovisual451. (19/11/2020). Golazen estrena su quinta temporada en ETB1. *Audiovisual451. El medio online de la industria audiovisual*. <https://cutt.ly/kLv898q>
- Coelho, F. (s.f.). *Significado de antivalores*. Significados. <https://cutt.ly/ALhDC0r>
- D'Angelo, O. (1999). Proyección desde Vigotsky a la construcción de la persona y la sociedad creativas. *Revista cubana de Psicología*, 16(2), 145-149. <https://cutt.ly/wLhH0OG>
- Donostitik.com. (24/11/2017). Locura en la presentación de 'Denok Zu' con los chavales de Golazen. *Donostitik.com*. <https://cutt.ly/ZLbTcsC>
- ETB. (14/01/2022a). Euskal Telebista cierra 2021 con la mejor audiencia de los últimos 10 años. *ESKERRIK ASKO!!!! Eitb.eus*. <https://cutt.ly/qLxokTM>
- ETB. (03/02/2022b). Final de la temporada "Golazen 8.0", en ETB1 y eitb.eus. *Eitb.eus*. <https://cutt.ly/kLcjjwDI>
- ETB. (22/07/2022c). Nola egin zen "Bizi-Alai" kantaren bideoklipa? Zer gertatu zitzaion Dánae Riaño eta Nerea Elizalderi? *Eitb.eus*. <https://cutt.ly/lZdJFlq>
- Esaño, C. (2019). Sociedad postdigital (ontología de la remezcla). *Iberoamérica Social: revista-red de estudios sociales*, XII, 51-53. <https://cutt.ly/9LbqzYY>
- Eustat – Instituto Vasco de Estadística. (16/12/2019). *Población de 5 y más años de la C.A. de Euskadi por territorio histórico y grupo de edad según competencia lingüística (%)*. 1981-2016. <https://cutt.ly/SLv4k9d>
- Ferrés, J. (1995). Televisión, espectáculo y educación. *Comunicar*, 4, 37-41. <https://doi.org/10.3916/C04-1995-07>
- Gil-Quintana, J. (2016). Narrativa digital e infancia. La generación de los creadores colaborativos. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7(1), 79-90. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.1.5>
- Gil Quintana, J., y Osuna-Acedo, S. (2020). Transmedia Practices and Collaborative Strategies in Informal Learning of Adolescents. *Soc. Sci.*, 9, 92. <https://doi.org/10.3390/socsci9060092>

Gil-Quintana, J., y López, N. (2021). Los dibujos animados de Peppa Pig y la construcción de la identidad en la infancia. *Digital Education Review*, 39, 283-303. <https://cutt.ly/2LxaUGR>

GoIazen (telesaila). (16/03/2022). En *Wikipedia*. <https://cutt.ly/MLv9JHO>

Jandrić, P., Knox, J., Besley, T., Ryberg, T., Suoranta, J., & Hayes, S. (2018). Postdigital science and education. *Educational Philosophy and Theory*, 50(10), 893-899. <https://doi.org/10.1080/00131857.2018.1454000>

Jenkins, H. (21/03/2007). Transmedia Storytelling 101. *Confessions of an Aca-fan*, 22(3).

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

Jiménez, H. (2012). Valores, antivalores y procesos de aculturación que propician los programas de radio y televisión y su efecto en el desarrollo de las conductas de estudiantes de II ciclo de la Escuela Buena Vista, del circuito 05, de la dirección regional de Pérez Zeledón, 2011 [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Nacional de Costa Rica]. Repositorio Académico Institucional (RAI). <https://cutt.ly/tGyhk1k>

Jiménez, C., y Román, M. (2019). Pedagogía diferencial y atención a la diversidad. En M. A. González-Galán, M. P. Trillo, R. M. Goig, M. C. Jiménez-Fernández, I. Martínez, M. Román, A. Izquierdo, y M. R. González (2019), *Atención a la diversidad y pedagogía diferencial*. UNED.

Jorge, J. E. (2016). *La estructura de valores de Schwartz. Congruencia y conflicto de valores en los individuos*. Cambio Cultural. <https://cutt.ly/GLhFYny>

Larrañaga, K. P. (2020). *El consumo y uso de dispositivos móviles y Apps por los niños y las niñas de la generación Alpha en España*. Universidad Complutense de Madrid. <https://cutt.ly/ELxpfls>

Marta-Lazo, C., y Gabelas, J. A. (2016). *Comunicación digital: un modelo basado En el Factor Relacional*. UOC.

Marta-Lazo, C., Gabelas, J. A., y Marfil-Carmona, R. (2019). El factor relacional y el ecosistema 3.0: nuevas conectividades, nuevas saturaciones. En L. M. Romero Rodríguez, D. E. Rivera Rogel (eds.), *La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y perspectivas*. Pearson.

McCrindle, M., & Fell, A. (2014). *Understanding Generation Alpha*. McCrindle. <https://cutt.ly/7K9vp6o>

Medrano, M. C., Cortes, A., y Palacios, S. (2007). La televisión y el desarrollo de valores. *Revista de educación*, 342, 307-328. <https://cutt.ly/7MHqRbN>

Medrano, M. C., Palacios, S., y Aierbe, A. (2006). Análisis multidimensional de la escala de dominios de valores televisivos (EDVT). *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1), 541-550. <https://cutt.ly/OMG5lkr>

Nazario, M. R. D. C., y Paredes, M.C. (2020). El juego en la identidad y autonomía del niño. *Revista UCV Hacer*, 9(1). <https://doi.org/10.18050/ucv-hacer.v9i1.2322>

Kimetz Renteria. (08/09/2020). En *Wikipedia*. <https://cutt.ly/rLxA7UK>

Kohlberg, L. (1975). The Cognitive-Developmental Approach to Moral Education. *The Phi Delta Kappan*, 56(10), 670-677. <https://cutt.ly/lLhFLcJ>

Laiglesia, L., y Marta-Lazo, C. (2013). Los EMIRECS audiovisuales en la propuesta de uso del vídeo: Un minuto por mis derechos de la Fundación KINE en Argentina. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 4(2), 149-172. <http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2013.4.2.08>

Osuna-Acedo, S. (2010). Interactuantes e interactuados en la Web 2.0. En R. Aparici (ed.), *Conectados en el ciberespacio*. UNED.

Para Ortiz, J. M. (2015). La educación en valores y su práctica en el aula. *Tendencias Pedagógicas*, 8, 69-88. <https://cutt.ly/WLhFuel>

Perinat, A. (s.f.). *Desarrollo socioafectivo en niños y niñas de 2 a 11 años*. UOC. <https://cutt.ly/nLhHuR1>

Pisani, F., y Piotet, D. (2009). *La alquimia de las multitudes*. Paidós.

- Rabadán, Á., Bruzón, L., y Montaña, S. (2015). Identidad, cultura y desarrollo a través del audiovisual participativo: El caso de jóvenes del Proyecto Youth Path de la Unesco en Costa Rica. *Alteridad*, 10(1), 44-56. <https://cutt.ly/uLhHG6l>
- Sanz, M. (2019). *La influencia de los contenidos televisivos infantiles de "Prodigiosa: las aventuras de Ladybug" y "Peppa Pig" en 1º y 2º de educación primaria* [Tesis doctoral, Universidad Complutense]. E-Prints Complutense. <https://cutt.ly/ELxhG3>
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto Ediciones.
- Scolari, C. A. (2014a). A televisión, os libros e a feira: Se non podes vencelos, únete a eles (e pasa ao transmedia). *Grial*, 52(201), 24-29. <https://cutt.ly/mLhKDFE>
- Scolari, C.A. (2014b). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de cultura digital*, 1, 71-81. <https://cutt.ly/qLxta5R>
- Silva-Rodríguez, A., López-García, X., Westlund, Ó., y Ulloa-Erazo, N. G. (2016). Iniciativas en la comunicación móvil. Mapeo de los canales, el contenido, la conversación y el comercio en Europa y los EE.UU. *Observatorio (OBS*) Journal*, 10(1), 201-217. <http://dx.doi.org/10.15847/obsOBS10120168>
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 25, 1-65. [http://dx.doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](http://dx.doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
- Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1116>
- Statista. (2022). *Cuota de pantalla de los principales canales nacionales de televisión en España en 2021, por comunidad autónoma*. <https://cutt.ly/kNM68wu>
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Plaza y Janés
- Trillo, M. P. (2019). Educación, igualdad y género. Perspectiva a nivel mundial. En M. González, M. Trillo, y R. Goig (eds.), *Atención a la diversidad y pedagogía diferencial*. UNED

Notas al final

1. <https://www.eitb.eus/eu/telebista/programak/goazen/>
2. Diminutivo de zuzendaria (director).
3. Se utiliza transgénero ya que tanto Kimetz como Gabo, en el momento de emisión de Go!azen 6.0, no habían cambiado su anatomía, aunque Kimetz se autodefina como transexual (Kimetz Rentería, 2020).
4. <https://cutt.ly/JLbvIRO>