

LA MORALIZACIÓN EN EL ANIME NARUTO

Barba González, Rosario

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Universidad Autónoma de Querétaro

rosariobarbag@gmail.com

Resumen

El objetivo de este trabajo es presentar los resultados obtenidos del estudio de la propuesta de moralización de la caricatura japonesa *Naruto* en su versión adaptada para la televisión mexicana. Se refieren las conceptualizaciones que dan sustento a la propuesta que se retoma de Luckmann (2000) acerca de la comunicación moral, la moralización y la moral en uso. En el aterrizaje de contemplan una visión contextualizada de la moral occidental y la oriental, poniendo la mirada en el código samurái del Bushido que es compatible con la sociedad primitiva feudal ficticia que se muestra en el *anime*. Se finaliza el documento con la presentación de alguno de los hallazgos de la investigación en cuanto al código moral institucionalizado que da sentido a la propuesta de moralización que exhiben los personajes y que también se detalla.

Palabras clave

Moralización, anime, *Naruto*

Introducción

El objetivo de este trabajo es presentar los resultados obtenidos del estudio de la propuesta de moralización de la caricatura japonesa *Naruto* en su versión adaptada para la televisión mexicana. El centro fueron las interacciones de los personajes del estudio de caso específico. El objetivo, establecer tipologías de cuáles y cómo son las prácticas y discursos que el *anime* del género *shōnen* propone acerca de la moralidad por medio del ejemplo representativo que ha sido uno de los últimos en transmitirse en la televisión abierta y, por lo tanto, ser consumido por una parte importante de la población.

Naruto es un *anime* que proviene de la adaptación del *manga* del mismo nombre. Los dos términos hacen referencia a la particularidad del origen de los productos. El primero trata una animación y el segundo, una tira cómica, ambas producidas en Japón. La variedad de estilos, temas, narrativas o personajes de estos productos ocasionan que lo único que pueden tener en común es, precisamente, el país de procedencia. Sin embargo, hay rasgos que son más o menos consistentes como el tipo

de ojos, el empleo de colores fantásticos en el cabello de los personajes y el anclaje territorial desde la cosmovisión de sus productores. En el caso de la animación, la técnica de animación limitada también es recurrente.

En particular, se trata de un *anime* de género *shōnen sentai*, el más vendido en México. Esto significa que está destinado a hombres de entre 12 y 17 años de edad. Se caracteriza por tratar de adolescentes tratando problemas característicamente adolescentes y tiende a ocurrir en secuencias de acción. Contiene una gran cantidad de recursos humorísticos, en especial de tipo hiperbólico de violencia física. Un elemento distintivo es el protagonista, que se caracteriza por tener cejas amplias, actitud de no rendirse y ser un poco tonto. Los temas giran en torno al honor, al heroísmo, la determinación y la solución de los problemas por medio del trabajo en equipo y el compañerismo. Ejemplos de este tipo son *Dragon Ball*, *One Piece* e incluso, *Saint Seiya*. (Brenner, 1977)

Comunicación moral como eje de análisis

Naruto funciona como un ejemplo representativo de una de las producciones de más renombre internacional. Narra la historia de Uzumaki Naruto, un adolescente hiperactivo estudiando para ser ninja y algún día, convertirse en *Hokage*, el máximo grado ninja en su aldea, con el propósito de que sea reconocida su existencia que se ha visto negada por el desprecio de los aldeanos. La historia transcurre en un universo feudal que, si bien retoma elementos históricos japoneses, es absolutamente ficticia. La primera parte, que es la que ha sido adaptada para la audiencia mexicana, sucede entre los 12 y los 16 años del personaje pero también es la edad que se calcula en sus destinatarios. El discurso permanente del personaje gira en torno a proteger a sus compañeros, sobre la importancia de los lazos afectivos, de la amistad y la generosidad.

Así pues, tomo las prácticas y discursos de moralidad en este caso de anime como un pretexto para observar cómo lo anterior ocurre. Y es que el protagonista de la animación, Naruto, se postula como representante de la audiencia. Es una “cabeza hueca” que debe ser rellenada con educación y con las normas que le permitan convivir en su sociedad. Entonces, la audiencia, siguiendo sus aventuras, también va consumiendo las propuestas de significado que proyecta el anime.

El punto de partida es la propuesta de Berger y Luckmann (1997) sobre la construcción de la realidad social para construir una definición de sentido y significado. Dentro de este esquema pospositivo, se retomó la aplicación particular que comienza a desarrollar Luckmann (2000) en su conceptualización sobre la comunicación moral, que orienta esta investigación. Junto con este autor, retomo las consideraciones que Luhmann (2006) realiza sobre la comunicación moral en la modernidad, en comparación con la de las sociedades primitivas.

Este interés, en el modelo de Luckmann (2004), se cristaliza como el contenido de la comunicación moral. Para su aproximación, se han empleado dos autores que hacen una reconstrucción de la moral y la ética a través de la historia de occidente: Sánchez Vázquez (1999) y Escobar (1992). La valía de estas intervenciones, consistentes en sus definiciones y descripciones, recae en la descripción elemental de lo que se entiende por moral desde la filosofía ética.

Con la intención de complementar su estudio con una visión más aterrizada, se ha incluido la perspectiva de Barnsley (1972) quien, desde la sociología, contempla las características de los códigos morales, las razones sociales de su existencia y cómo se pueden evaluar. Sus nociones fundamentales siguen las planteadas por los primeros autores. Pero, además, aborda la constitución de los códigos morales en las sociedades desde la fenomenología, cercano a Berger y Luckmann (2001).

Para incluir una perspectiva que se supere de la linealidad y la concepción estrechamente occidental, incluyo en el análisis, a Brandt (1998). Sus retratos son también consistentes con los planteamientos de los primeros dos autores. Resulta útil porque, además, recopila distintos sistemas éticos y sus aplicaciones, de una variedad de culturas. Este autor, entonces, sirve para ampliar el panorama de la ética pero su recopilación no incluye la normatividad moral japonesa. Así mismo, Kasulis (1981, 1990 y 1998), recopila doctrinas del budismo, confucianismo y sintoísmo para describir las concepciones de vacío, de la persona, del acto y de la comunicación interpersonal, entre otros temas. Con esto reconstruye el horizonte de la filosofía propiamente oriental en Japón y se sirve de paralelismos con las propuestas de Aristóteles, Sócrates, Platón y otras figuras importantes en la teoría ética occidental.

Finalmente, para implicar la ética y sus virtudes en oriente y en particular, en Japón, se emplea el código de conducta Bushido. Si bien fue establecido para la clase guerrera durante el feudalismo, ha sido rescatado, hasta hoy, como máximas de deber ser. Se ha reconstruido a partir de dos fuentes de información: Tsunetomo Yamamoto, samurái del clan Nabeshima que dictó, entre 1710 y 1717, una descripción de su tradición como guerrero y el texto Bushido: el alma de Japón de Nitobe, descendiente de una familia de samuráis, dedicado a recopilar elementos y características del Bushido y de la vida del samurái para darla a conocer a Occidente. Además, para promover la comprensión occidental, hace paralelismos con características, eventos y ejemplos principalmente anglosajones, como Shakespeare o el feudalismo europeo.

Dentro de este modelo, “el sentido es la conciencia del hecho de que existe una relación entre las varias experiencias” (Berger y Luckmann, 1997, p. 32). Con esta afirmación, también se declara que la conciencia es siempre referenciada. El sentido de las experiencias y de las acciones se construye por medio de las funciones relacionales de la conciencia. Con tales configuraciones o sistemas de sentido, se han creado tipificaciones que cuentan con formas organizadas de transmisión. De esa forma, quienes las utilizan habitualmente, establecen pautas de comportamiento normalizadas, se constituyen en instituciones sociales.

La institucionalización es un proceso contextualizado de construcción de tipificaciones que han sido dominantes en su articulación con el ámbito o colectividad particular. Son tipificaciones de la acción y al mismo tiempo, sujetos de la acción, en tanto que caracterizan los patrones de acción. Las instituciones proporcionan a los individuos patrones de comportamiento que permiten tipificar la conducta y orientar la interacción.

La tarea de las instituciones, en particular de aquellas dedicadas al procesamiento social de sentido, consiste en acumular sentidos y ponerlos a disposición del individuo, tanto para sus acciones particulares como para el moldeado de su conducta. La comunicación del sentido está ligada con el control de su producción. La

educación y otras formas de adoctrinamiento directo sirven para procurar asegurar que el pensamiento y las acciones del individuo sean consecuentes con las normas sociales. Los controles y la censura pretenden homogeneizar los sentidos a partir de los dominantes, impidiendo la difusión de disidentes. En este caso, la forma semántica del “estar-dentro-de”, que puede hacerse plausible fácilmente. Esta figura enigmática, explica Luhmann (2006), queda protegida mediante prohibiciones de comunicación y mediante los ritos y las sanciones correspondientes.

Bajo la óptica fenomenológica, moral se refiere a esas situaciones en las que los individuos se enfrentan a la necesidad de ajustar su conducta a normas consideradas adecuadas o dignas de ser cumplidas tales normas deben ser aceptadas íntimamente y reconocidas como obligatorias. Los individuos, íntimamente, aceptan que tienen el deber de actuar hacia una u otra dirección, según lo dicte la norma. Esta aceptación, además, se extrae de una decisión reflexiva, no instintiva.

Las tipificaciones de la moralidad determinan lo que está bien y está mal, orientan la acción humana basándose en más que la gratificación instantánea. Son nociones construidas intersubjetivamente en la interacción comunicativa es a través de esa misma interrelación que se seleccionan, mantienen, transmiten y reproducen, igual que cualquier otra significación que se construye en procesos sociales.

Se trata de reglas de acción destinadas a encauzar las relaciones de los individuos en una comunidad social dada. La moral, su significado, función y validez son, pues, un hecho histórico porque es un modo de comportarse de un ser que es, por naturaleza, histórico. Bajo esta presunción, se entendió moralización como la forma en que ocurre la comunicación de la moral en las interacciones sociales por lo que puede ser positiva con refuerzos como la alabanza o negativa como en reclamos, regaños y condenas. Principalmente, consiste en la valoración del comportamiento propio y de los otros. Moral es

un sistema de normas, principios y valores, de acuerdo con el cual se regulan las relaciones mutuas entre los individuos, o entre ellos y la comunidad, de tal manera que dichas normas, que tienen un carácter histórico y social, se acaten libre y conscientemente, por una convicción íntima, y no de un modo mecánico, exterior o impersonal (Sánchez Vázquez, 1999, p. 61).

Esto implica que el individuo se comporta moralmente en el marco de sus condiciones sociales. La moral tiene un triple carácter social. Primero, porque los individuos se sujetan a principios, normas y valoraciones establecidos socialmente. Segundo, porque regula actos y relaciones que tienen consecuencias para los demás. Y tercero, porque implica la aceptación libre y consciente de las reglas del grupo, por lo que sirve de vínculo con la comunidad.

Para que el código de acciones del bien y mal vivir se sedimente e institucionalice es necesaria la socialización de las siguientes generaciones en sus obligaciones. A través de la educación y de la propia vida social se busca que el individuo adquiera cualidades morales, es decir, se le moraliza. Con el tiempo, se espera que el individuo las interiorice como hábitos. Con ello, cultivará su propia moral y contribuirá a moralizar a otros.

Es en este punto en donde se hace evidente la participación de la comunicación. Y la comunicación pensada como procesos basados en sistemas de signos que también se construyen en la interacción social que no solamente se limitan al lenguaje. Se trata de acciones sociales esenciales para la organización de la vida colectiva por medio de las cuales se transmiten las tradiciones de una sociedad, incluyendo el caso particular que interesa a esta investigación, las del orden moral que determinada agrupación haya convenido.

Toda vez que existe fuera de su nicho objetivado, la moral se integra al ámbito de la intersubjetividad y la interacción. Las nociones de bien y mal, de correcto e incorrecto, relevantes para dictar las reglas de la interacción social se integraron a la conducta en la vida, en especial a la organización. Bajo el supuesto de que los medios masivos de comunicación, como instituciones intermediarias en el mundo moderno, realizan propuestas de significado y sentido sobre la distinción entre el bien y el mal, Luckmann (2000 y 2006) ha construido la propuesta conceptual de moral de uso para aquella que se transmite en la interacción cotidiana.

En la enseñanza de la moral, es decir, la moralización y a través del uso cotidiano, objetivado e interiorizado de la moral, se articula una especie de código moral que permite la convivencia en las complejas sociedades modernas. El código moral, en la construcción social, se constituye como una fuerza integradora y de organización para las estructuras institucionales diferenciadas, propias de las sociedades modernas. Dado que, en ese contexto, la moral no cubre de manera homogénea todas las configuraciones institucionales, se puede considerar externa a la estructura social.

En esta heterogeneidad, algunas nociones de bien y mal han sido seleccionadas, reproducidas, socialmente objetivadas e interiorizadas de forma tal que aun fuera del aparato estructural se transmiten por varios canales. Entre ellos, el autor destaca las instituciones intermediarias como la familia, los grupos locales o de pares, las escuelas y academias así como los clubes y las organizaciones o asociaciones cívicas. Y entonces, se constituyen como una de las fuentes principales de las obligaciones morales que ordenan las interacciones. Son portadoras, luego entonces, de la comunicación moral.

Entre ellos, el autor destaca las instituciones intermediarias como la familia, los grupos locales o de pares, las escuelas y academias así como los clubes y las organizaciones o asociaciones cívicas. Y entonces, se constituyen como una de las fuentes principales de las obligaciones morales que ordenan las interacciones. Son portadoras, luego entonces, de la comunicación moral.

Es así que la comunicación moral se distingue de otras tipificaciones por ocuparse de las prácticas comunicativas que refieren el significado de una buena vida. Para su estudio, se distingue entre la argumentación moral y la moralización. La argumentación incluye declaraciones, descripciones, narraciones, ejemplos, formulaciones abstractas sobre valores, conducta, principios y criterios morales. Es la descripción conceptual de los valores, formuladas con atención a un destinatario específico. Por otro lado, la moralización es cómo ocurre la comunicación de la moral en las interacciones sociales por lo que puede ser positiva con refuerzos como la alabanza o negativa como en reclamos, regaños y condenas. Principalmente consiste en la valoración del comportamiento propio y de los otros.

Entonces, los métodos para moralizar pueden ser propiamente lingüísticos. Es decir, pueden hallarse en la estructuración y tipología de las palabras de una lengua, así como en su significado y las relaciones que en su estructuración se establecen. Empleados en conjunto con estos elementos o por o por sí solos se encuentran los elementos paralingüísticos, en sus representaciones y hasta en la gesticulación. Cualquiera de estas formas puede transmitir asuntos significativos para la moralización. La forma que sea, siempre que indique una visión razonablemente coherente de una buena vida.

Pero la comunicación moral va más allá del habla, del lenguaje. Se refiere a los argumentos, la práctica y la intersubjetividad propia de lo comunicativo. Es la argumentación de lo bueno y lo malo que ocurre entre individuos, en este caso, entre personajes. Remite, además de la práctica lingüística, a creencias, rituales, configuración institucional y a la propia organización social.

Se entiende que la moral se construye como práctica ritualizada y reproducida por medio de la intersubjetividad. Y por lo tanto, la comunicación moral se ejerce en la queja, el acuse, la indignación o la condena pero también en el consejo y la alabanza de una interacción localizada. Puede ser argumentada o puede encontrarse en el discurso y en los signos que se emplean en su construcción.

Dado que la moral es acto y juicio, su comunicación se observa en la representación que un individuo, en el caso del estudio, un personaje, construya sobre la bondad o la maldad de una acción. Esta construcción puede ser encontrada en la verbalización explícita pero también en la reacción que tenga frente a ella o acerca de ella. A través del comportamiento también se valora y argumentan señalamientos sobre la moral.

La moralidad en sociedades tradicionales

Interesó al trabajo la consideración de la moral en sociedades primitivas pues el argumento de la historia se desarrolla en una sociedad ficticia feudal referida a Japón. Junto con Luckmann (2000), Luhmann (2006) realiza destaca particularidades sobre la comunicación moral en la modernidad, en comparación con la de las sociedades primitivas. Estas dos son las que están tejidas dentro de la historia y con la audiencia. Se concibe a la sociedad arcaica o tradicional como aquella en donde

(...) la religión, la moralidad y la ley tenían una base común en la estructura social. Por lo menos, las instituciones que implicaban diferentes funciones en la vida social estaban muy coordinadas- y esto se refiere a aquellas instituciones con funciones religiosas, morales y legales. El concepto de la vida buena que está en el corazón del orden moral de toda sociedad estaba claramente articulado. (Luckmann, 2000, p. 87)

En estos entornos, la religión, la moralidad y la ley, las instituciones estaban coordinadas en su conceptualización de la buena vida. El orden moral estaba claramente articulado en sus funciones diferenciadas, aunque abarcadoras, dentro de la vida social. Debido a que se desarrollaba en pequeñas comunidades, tanto la falta como el castigo eran visibles. Y la autoridad, en ese espacio, se sostenía en un orden moral legitimado con base en la referencia sistemática del universo trascendente sagrado.

En esos contextos, las configuraciones de creencias permanecen como la base socioestructural del orden social. Las instituciones relacionadas con su reproducción participan en una multiplicidad de ámbitos cotidianos, empezando por el individuo y la familia pero incluyendo el gobierno y la economía por ser prácticas objetivas, que superan a los integrantes de la comunidad.

Aun en contextos en donde el orden moral es prácticamente homogéneo, existen diferencias en las orientaciones morales. Es posible imaginar incertidumbre en la interacción. Sin embargo, la estructura de la interacción en las sociedades tradicionales minimiza la indecisión al promover códigos morales compartidos por todos los integrantes. Así, en la interacción con agentes extraños, la moralidad provee de información suficiente como para conocer el estatus moral de una persona o personaje.

Ahora bien, este orden homogéneo que describe Luckmann (2000), para el caso del que se presenta en el anime *Naruto* se corresponde, inminentemente, con el planteamiento que Sánchez Vázquez (1999) y Escobar (1992) hacen acerca de la moral de tipo colectivista. Estos autores la detallan como característica de las comunidades primitivas ya que, debido a la debilidad de los grupos frente a la naturaleza, se valoraban comportamientos que tenían que ver con el fortalecimiento de la colectividad. La línea divisoria entre lo bueno y lo malo se establece a partir de lo beneficioso para la comunidad.

Las obligaciones comunes, para la moral colectivista, entrañan el desarrollo de “cualidades morales que responden a los intereses de la colectividad” (Sánchez, 1999: 40). Esta moral reconoce virtudes que, aun con las variaciones a las que está sujeta como producto social, han adquirido cierta universalidad. De acuerdo con la reconstrucción histórica que hacen Sánchez Vázquez (1999) y Escobar (1992) pero también en el Bushido (Yamamoto, 2005 y Nitobe, 2005), entre ellos se encuentran: *Rei*, respeto y *Jin*, la compasión; *Meiyo*, el honor; justicia *Makoto*, la veracidad y la sinceridad en distintos acciones y compromisos, la templanza; *Gi*, la integridad y la rectitud; *Chū*, la lealtad con *Yu*, el heroísmo y la valentía, por ser de utilidad a la comunidad.

La moralidad en *Naruto*

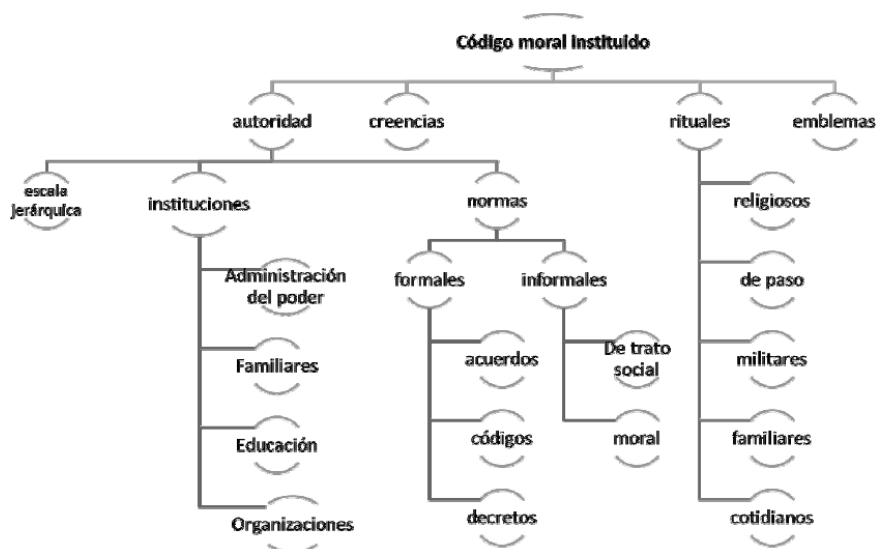
Las dimensiones que implica la moralización en el *anime Naruto*, como objeto de estudio se abordaron, desde un enfoque cualitativo descriptivo, a partir de dos objetivos de la investigación. Uno, sobre los códigos morales que dan sentido y contextualizan la propuesta de moralización y otro que deje ver las instrucciones que sobre la moral comunicada se expresan entre los personajes y hacia la audiencia.

Para el primer objetivo, se caracterizó los códigos morales que institucionalizados y objetivados en la caricatura para conocer cómo propone el anime imaginar la constitución de la sociedad. La estrategia para esta fase del estudio consistió en la construcción de una tipología de los códigos morales instituidos.

Como era la hipótesis, en los hallazgos se encontró un orden homogéneo en el que se encontraron articulados los dominios de lo religioso, lo moral y lo legal. Se trata de un orden de articulación unitaria, culturalmente objetivado e institucionalmente

asegurado por medio de conformaciones sociales tradicionales vinculado a una utopía imaginada a partir del contexto medieval japonés. Con esta caracterización, la sociedad fantástica, en cuanto a su moralidad instituida, encuentra referente teórico con lo que Luckmann (2000) denominó sociedades arcaicas y Luhmann (2006), antiguas o pre modernas. (Esquema 1)

Esquema 1. Código moral institucionalizado en Naruto



Fuente: Elaboración propia

La jerarquía emana del líder militar y moral de la aldea. A partir de él se estructura, incluso, la medición del poder pues para llegar a ser el dirigente, el ninja debe haberse probado como el más capaz. La estructura educativa se construye también a partir de este personaje, que es el director de la escuela. Además, por tratarse de una historia al estilo de las mitologías fundacionales griegas, los lazos familiares de los protagonistas, tanto héroes como villanos, se encuentran entrelazadas con el papel del líder, *Hokage*. Y son las filosofías las que distinguen a unos de los otros. Aquellas que van de acuerdo con las propuestas de ese líder, son amigos. Los otros, enemigos. Y el personaje principal tiene como meta la protección de sus ideales.

Es un orden moral legitimado por las referencias a un universo trascendente y sagrado (Luckmann, 2000) que es la voluntad de fuego y la Aldea Escondida entre las Hojas. La moral y lo sagrado se encuentran clara y visiblemente entrelazados. El comportamiento que debe tener un ninja es consabido y legítimo en tanto que sin estas normas, una aldea shinobi no tendría razón de ser. Esto implica que la protección de la aldea es una práctica permanente y cotidiana, siempre presente en la vida de aquellos que forman parte de la comunidad.

No se trata de un mundo en el que las funciones morales, religiosas y legales están concentradas en instituciones especializadas, sino que atraviesan el funcionamiento y la administración de la vida en sociedad. Los tres tipos de códigos están concentrados,

primero, en la figura del Hokage y a través de toda la pirámide de jerarquía. Cualquier personaje puede moralizar al respecto puesto que todos conocen o deberían conocer las reglas. Y de entre todas, las enseñanzas más importantes se conjugan en la Voluntad de Fuego que es la protección de aquellos del grupo aunque cueste la vida, es decir, la unión de la lealtad y la perseverancia hasta el final.

Otros elementos como la división política del universo ficticio las normas formales o explícitas y las informales, la división de los poderes dentro de la aldea protagonista y las organizaciones se encuentran articulados a la propuesta jerárquica y moral. Los emblemas de las familias o clanes más importantes, así como los rituales, particularmente de paso, sirven de refuerzo para sostener la moralización y para dar coherencia a la propuesta del dibujante (*mangaka*) y que el individuo en la audiencia pueda hacer sentido de la ella.

La estructura institucional y social que se describe en el programa requiere del compromiso y el trabajo de todos los integrantes de la comunidad para sostenerse. En esto se hace un énfasis frecuente. Es una parte integral de las moralizaciones intergeneracionales.

La autoridad formal es reconocida por todos y que igualmente todos aceptan, reconocen y defienden. Por lo mismo, se concibe y transmite como información naturalizada, como la estructura que antecede y trasciende al personaje. Sin embargo, se presenta como una organización que puede cambiar. Supone hacerse establecido, en forma más o menos reciente, con el apoyo de los antepasados. Se habla de ella como frágil o en construcción, pero como algo que hay que trabajar para preservar.

Específicas formas y contenidos de transmisión de la tradición se ejecutan de acuerdo a la posición que tiene el maestro, o padre y la que ocupará el heredero. Sus actividades y responsabilidades han sido establecidas antes que la generación que ocupa a la historia y les son inculcadas de esa forma. Casi todas las responsabilidades vienen justificadas por el interés común.

En realidad, la historia de Naruto es una sobre las élites de una aldea guerrera. Esto es consistente con las épicas mitológicas acerca de hijos de reyes y dioses. Como en muchas otras historias de súper héroes, la imagen del héroe Naruto, aparece como la evolución de las ideas del heroísmo clásico. Esto también coincide con las narraciones mitológicas sobre el héroe fundador en donde solo los poderosos, aquellos capaces de legitimar una estructura que articule las normas y las creencias que estas vehiculan. Similar a lo que mencionaba Buonano (1999), la representación mediática que Naruto transfigura los rituales y mitos de las sociedades antiguas para articularlos a nuestra cultura y proveer interpretaciones.

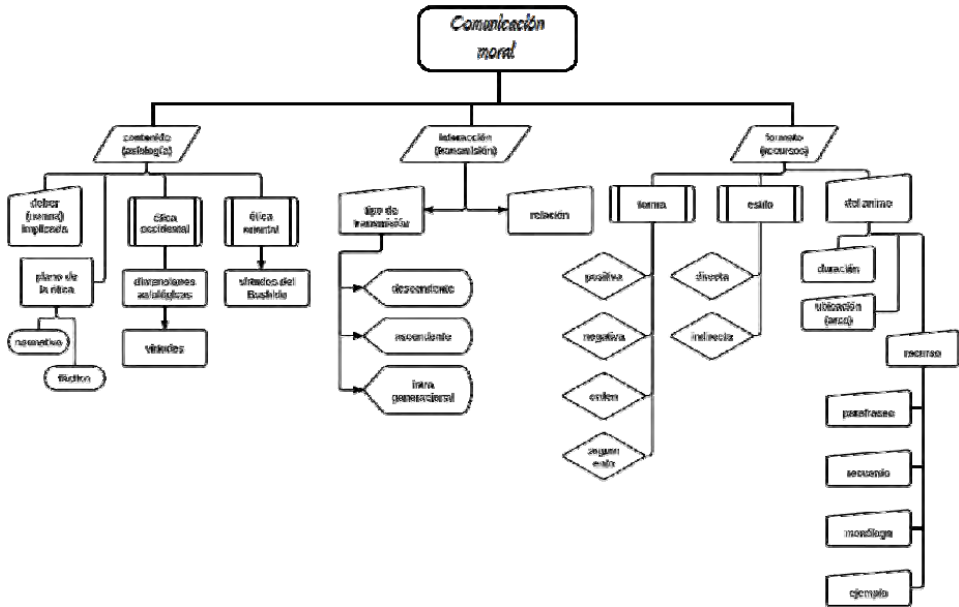
Nadie aparece en desacuerdo con la estratificación que nada tiene que ver con el dinero de los personajes sino, más bien, con la posición en la escala jerárquica de la aldea. Una que se ha mantenido por generaciones.

El segundo objetivo del estudio buscó describir la moralización que se transmite entre los personajes de Naruto para observar las formas en las que el anime del género de ficción *shōnen* comunica la moralidad a sus espectadores, para explorar la propuesta que vehiculan desde su contexto de producción al mexicano de su consumo. La

unidad de análisis de este estudio, entonces, son las enunciaciones de comunicación moral.

Para responder a este objetivo se analizaron tres características de las unidades de análisis. En primer lugar, el contenido axiológico o la virtud que era transmitida en la expresión del personaje. En segundo, la interacción representada, la direccionalidad y la función al momento de la comunicación. Y finalmente, los recursos con los que se expresó la moralización, es decir, la forma, el estilo y el formato del *anime*. (Esquema 2).

Esquema 2. Comunicación moral en Naruto



Fuente: Elaboración propia

Los procesos comunicativos pueden ser recíprocos o unilaterales. Pueden ser directos, cara a cara o mediados de múltiples maneras. Ocurren entre individuos que se representan a sí mismo o que detentan cargos, que hablan por grupos o categorías socialmente definidas. Pero también la comunicación puede existir entre remitentes y destinatarios anónimos.

El relato contiene elementos de adoctrinamiento en el código moral que rige las interacciones de los personajes. El desarrollo de la acción pero también de los personajes a lo largo de la historia conduce a la reflexión moralizante. Los monólogos internos de los personajes y las lecciones que se imparten, recogen didácticamente los significados de lo moral entorno a los cuales la serie se desarrolla.

Así pues, dos aspectos se exploraron las relaciones en el entorno de Naruto: la dirección y la función. Ambas remiten la relación sostenida entre quien imparte y el destinatario. Las funciones, construidas desde categorías nativas que nombran el tipo de relación habilitada entre los personajes en ese momento que cumplen los personajes al momento de la interacción, revela la misma consistencia pues se

encontró que el orden homogéneo se reproduce en la transmisión de contenido moral. Las enseñanzas ocurren prácticamente en la misma medida de los personajes más experimentados a los menores que en sentido contrario. La de mayor preponderancia fue la interacción que ocurre entre personaje que muestran la misma edad. Esto se relaciona con la temática de la producción audiovisual. Al dar preponderancia al tema de la amistad, los personajes que aparecen más son los amigos y, por lo tanto, la función moralizadora cae sobre ellos.

Otra de relevancia significativa son los maestros, también por su participación en la historia. Estadísticamente se demostró que hay funciones a las que se les asigna la autoridad de instruir en alguna de esas virtudes. Es decir, cuando se conjuntan las expresiones en los recuerdos y reflexiones, las funciones que tenían los agentes que influenciaron a los destinatarios adquieren relevancia. El maestro y el familiar mayor son quienes mayormente predicán sobre la virtud del valor heroico.

En tercer lugar de relevancia, aparecen los villanos que predicán sobre los valores, sea en forma de antivallor, ya que la lucha de los protagonistas es contra su propuesta ideológica, de forma dialógica y física. En esto destaca que, cuando un villano cambia su forma de pensar, pasa a ser amigo del protagonista.

La virtud de la compasión se enseña a través del uso del agente colectivo de la aldea de los personajes y mayormente a través del antivallor ya que la aldea despreciaba a Naruto y a otros como él.

Los rituales de felicitación por buenas acciones, el reconocimiento de un trabajo bien hecho o un buen comportamiento los he denominado formas positivas de expresar la comunicación moral. Estas se mantienen constantes y frecuentes en las interacciones directas y en las mediadas. No son las más frecuentes en ningún caso pero sí aparecen a lo largo de toda la historia, lo que no pasa igual con las otras expresiones, que aumentan y disminuyen según la trama.

La recurrencia de las órdenes en las interacciones tanto intergeneracionales como descendentes directas puede deberse a que su claridad o explicitación facilitan la nitidez del mensaje tipo. Entre los amigos y por lo tanto, en la serie, lo que abundan son la forma negativa en las interacciones que además, tienden a ser más cortas, cerca de la moda de cinco segundos. Al contrario, la transmisión vertical desde arriba es más frecuente que las otras en las expresiones más largas.

Es de notar la fuente de esta forma argumentativa de comunicación moral, en un tercio de los casos es el maestro. Aquel que, según dicta la tradición budista, es el responsable de guiar al alumno hacia la reflexión. Un *sensei* imparte recomendaciones sobre las que el alumno debe meditar para buscar el conocimiento. De ahí que muchas veces se prefiera colocar a esta figura como alguien que describe el por qué, antes que dictar qué pensar. Mucho más en el caso de la moral.

En cuanto a los recuerdos, las intervenciones mediadas, en donde los personajes recuerdan qué han aprendido de otros, incluso más que para el caso de las interacciones cara a cara, las variables de los actores en las de influencia casi no se encuentran correlacionadas con los agentes o la relación de los personajes. La categoría de la interacción no se vincula con ninguna de forma significativa,

estadísticamente hablando. Es de suponer, por lo tanto, que la comunicación moral de todo tipo se transmite igual vertical y horizontalmente.

Conclusiones

A partir de la observación de los resultados, es posible concluir que la épica heroica moderna de Naruto es un prototipo de esquemas biográficos ejemplares (Berger y Luckmann, 1997). Con medio de ellos se crean significaciones de largo plazo para argumentar o demostrar el sentido de las acciones de corto alcance. Categorías biográficas, a pesar de ser ficticias como la de Naruto, relacionan la existencia concreta de un individuo con una sentido que lo trasciende más allá de la pantalla, se inserta en lo individual y social.

Los procesos de des y reterritorialización de este, como otros productos, le permite crear identificación desde una variada gama de audiencias. Maneja una fantasía que puede succionarse desde muchas esferas del espacio global y que al mismo tiempo, es específicamente japonesa, rara y exótica, en su folklor y simbolismo. La posibilidad de imaginarse como parte de la historia porque sus elementos pueden ser relacionados con cualquier contexto le gana no solo la visita sino el recurrente seguimiento de la historia.

Para empezar es la sencillez y universalidad de la trama: el bien contra el mal. Sin importar las bases con las que construimos el binomio, la lucha entre ambos es una presente en el imaginario de las creencias de todos. Son tramas accesibles que no requieren de un extenso capital cultural para verlas, entenderlas y para conectarse con ellas. Igual que ocurre con las telenovelas tan mexicanas y las series tan estadounidenses.

La perseverancia es el deber implicado que fundamenta todos los demás. Hacer la distinción a partir de esta virtud fue complicado por esta razón. Mucho más por su relación con la dimensión axiológica de la valentía en la que se encuentra y por su estrecho vínculo con la propia virtud del valor pero sobre todo porque se encuentra muy cerca de la lealtad.

Por lo tanto, es evidente la relación con el código normativo Bushido con los deberes encontrados, de forma nativa, en la serie. Primero, porque el contexto de donde se obtienen los deberes es el mismo espacio de su creación y ha trascendido. Pero además porque es evidente la referencia a este reglamento en la construcción del ideal del programa.

Se concluye una incuestionable homogeneidad aunque con preponderancia de ciertos elementos como la relación entre amigos y el énfasis en la virtud *Chū* del deber y lealtad que se soporta en la relación de estas virtudes con las concentradas en la dimensión axiológica occidental de la valentía y vinculado con el género de la animación, el *shōnen* que se basa en el trabajo en equipo.

El énfasis en estas virtudes se construye echando mando de la oposición entre “nosotros” en el equipo, en los amigos, en la familia y en la aldea y “los otros”. Se trata de un “nosotros” unificado, jerarquizado, homogéneo que persigue fines buenos comunes. Preparado para la aparición de alguien externo porque la estructura esta tan

sólidamente construida que permite dar lineamientos claros para juzgar el comportamiento del “otro” y reaccionar como ha sido convenido.

Bibliografía

Barnsley, J. (1972). *The social reality of ethics. The comparative analysis of moral codes*. London: Routledge; Kegan Paul.

Berger, P. L., y Luckmann, T. (1997). *Modernidad. pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*. Barcelona: Paidós

Berger, P. L., y Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Brandt, R. B. (1998). *Teoría Ética*. California: Prentice Hall.

Brenner, R. E. (1977). *Understanding Manga and Anime*. Westport: Libraries Unlimited.

Buonanno, M. (1999). *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Gedisa.

Escobar Valenzuela, G. (1992). *Ética*. México: McGraw Hill.

Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society. Outline of the theory of structuration*. Los Ángeles: University of California Press.

Goldstein-Gidoni, O. (2005). The Production and Consumption of 'Japanese Culture' in the Global Cultural Market. *Journal of Consumer Culture*, 5(155), 155-179.

Kasulis, T. P. (1981). *Zen Action/Zen Person*. Honolulu: University of Hawaii Press.

Kasulis, T. P. (octubre de 1990). Intimacy: A general orientation in Japanese religious values. *Philosophy East and West*, 4(4), 433-449.

Kasulis, T. P. (1998). *Japanese philosophy*. (E. Craig, Ed.) Recuperado el 07 de Septiembre de 2010, de Routledge Encyclopedia of Philosophy:
<http://www.rep.routledge.com/article/G100>

Kishimoto, M. (Productor), y Date, H. (Dirección). (2002). *NARUTO —ナルト—* [Película].

Kishimoto, M. (2004). *The art of Naruto*. San Francisco: VIZ Media.

Luckmann, T. (2000). Comunicación moral e instituciones intermediarias en las sociedades modernas. *Papers* 62, 83 - 96.

Luhmann, N. (2006). Medios de comunicación. En N. Luhmann, *La sociedad de la sociedad* (págs. 145 - 322). México: Herder.

Nitobe, I. (2005). *Bushido: el alma de Japón*. México: Saga.

Sánchez Vázquez, A. (1999). *Ética*. Barcelona: Crítica.

Yamamoto, T. (2005). *Hagakure. El sendero del samurái*. Lectorum.