

Reseñas

De las banderas a las *logomarcas*

Óscar CALAVIA SÁEZ

Departamento de Antropología. Universidade Federal de Santa Catarina. Brasil
occs@uol.com.br

COMAROFF, John L. & Jean. 2011. *Etnicidad S. A.* Buenos Aires, Madrid: Katz Editores.

Hace veinticinco años, los kioscos y las pantallas de televisión brasileñas exhibían, aún con cierta inocencia, las figuras desnudas de los indios del Xingu, emblemas del Brasil nativo y exótico. No mucho después, con el surgimiento del movimiento indígena y la entrada de los indios en la política nacional, se popularizó otra serie de imágenes de los mismos indios pintados o emplumados, pero con cámaras de video al hombro, escribiendo en un portátil, o con adornos que reproducían, en un estilo étnico, las formas y colores de la bandera nacional o de algún club de fútbol. Ya en este siglo, nos hemos acostumbrado a una suerte de exotismo de tercera generación: los indios, emplumados o no, ofreciendo al mundo su cultura, en forma de rituales hechos para turistas, cursillos de espiritualidad indígena, o seminarios de investigación psico-neurológica basados en sus pociones enteógenas. El hecho no pasó desapercibido a los antropólogos, que lo han comentado abundantemente, en general elogiando la agudeza estratégica de los nativos. Y con él ha aumentado también la busca de fórmulas jurídicas para establecer y defender el patrimonio intelectual indígena.

Muy lejos del Brasil, John y Jean Comaroff publican *Etnicidad S. A.*, un estudio basado principalmente en datos sudafricanos —aunque les sirva de contraste un amplio capítulo sobre los indios de Norteamérica— y que en sus preliminares y conclusiones sugiere que el fenómeno del que tratan tiene un alcance universal, no menos en las metrópolis que en sus antiguas colonias.

Para enunciar ese fenómeno —parafraseando libremente a los autores—, podría decirse que, si durante mucho tiempo el Estado-nación sirvió como una especie de modelo oculto de todas las agrupaciones humanas —las tribus, los partidos políticos, los clubs de fútbol—, ha llegado ya otro tiempo en que ese papel ha pasado a corresponderle a la corporación empresarial. Donde antes proliferaban las banderas, ahora surgen las *logomarcas*. La empresa capitalista, con sus modos de organización, su retórica y su ideología, se ha ido transformando en el patrón que debe se-

guir todo conjunto humano que aspire a estar en la historia, desde las naciones o las comarcas hasta las religiones, pasando obviamente por las universidades.

Las etnias, en el caso que nos ocupa, se tornan propietarias corporativas de un territorio y una cultura, y sus dirigentes —reyes tradicionales, caciques o consejos de ancianos— integran consejos de administración que sacan el mayor provecho posible de un capital material o simbólico, y se encargan también de distribuir los beneficios entre sus accionistas, en principio los miembros reconocidos de esa etnia.

Los Comaroff identifican seis dimensiones en este campo. La primera tiene que ver con la pertenencia: los procesos de conversión de la etnia en entidad jurídica se ven acompañados de un énfasis creciente en la biología, más que en las tramas sociales, a la hora de definir la inclusión o la exclusión. La segunda, con la etno-génesis: es la empresa la que hace cuajar el grupo, y no al revés. La tercera, con el capital: el proceso es frecuentemente desencadenado por una inversión de riesgo que viene del exterior. La cuarta, con la cultura: cultura como diferencia o seña de identidad, no necesariamente como vehículo interno. La quinta, con una aspiración soberana, en difícil disputa contra el Estado. La sexta, la territorialidad: la reivindicación de un territorio suele estar en el origen de la etnia-corporación y le sirve de marco.

Una séptima dimensión, según ellos, se descubre en los casos en que el proceso no tiene su inicio en la creación de una persona jurídica y la inversión externa —como cuando la empresa étnica explotará minas o casinos instalados en su territorio—, sino en la transformación en mercancía de algún saber tradicional —cultígeno, medicamento o arte—. Esa séptima dimensión atraviesa perpendicularmente las otras, y proporciona un punto de partida distinto.

El núcleo crucial del argumento, para los autores, consiste en que la constitución de la etnia como persona jurídica y la transformación de la cultura en mercancía, aunque fenómenos independientes, se atraen y se completan.

Ese perfil de la etnicidad corporativa se aplicaría desigualmente a otras regiones —como centro y sud-América— donde, por motivos muy variados, ella da aún sus primeros pasos o disputa el terreno a otro tipo de proyectos étnicos. Pero las dimensiones citadas no faltan en ningún rincón del multiculturalismo, y la comparación con el cuadro trazado por los Comaroff resultará muy valiosa para entender mejor su evolución. Si he invocado al principio el caso del Brasil —uno de los mayores laboratorios actuales de la etnicidad— es porque, ausente en el libro de los Comaroff, y muy lejano del universo que describen, podría servir como piedra de toque de ese núcleo crucial de su argumento. Las etnias brasileñas —principalmente las indígenas— ingresan en el universo de *Etnicidad S. A.* por su séptima dimensión: están en vías de objetivar su cultura y aprovechar su potencial de mercancía. Pero sus relaciones con el Estado son más matizadas: envuelven reivindicación y conflicto, pero también una mayor dependencia, que excluye o limita mucho cualquier tentación soberanista —de hecho, los proyectos étnicos están incluidos en un proyecto de identidad nacional multicultural del mismo Estado—. Es también el Estado el principal inversor, junto con un buen número de ONG, en un terreno por el que aún no se ha interesado el capital privado. Las fronteras étnicas eran en Brasil quizás

aún más fluidas e indeterminadas que en los casos africanos, y el proceso de etnicización incluye alguna voluntad de endurecerlas; pero el propio movimiento indígena ha militado contra los criterios biológicos de pertenencia, que ahora le costaría mucho asumir. El énfasis en la cultura como diferencia —a veces casi limitada a un conjunto de diacríticos— ha jugado un papel notable en la etnogénesis, que se ha venido realizando dentro de un paradigma anterior —el de los pueblos o naciones— sin esperar las iniciativas de la corporación. El territorio, en fin, es una reivindicación que sirve de punto de partida al proyecto, pero que le continúa sirviendo más como meta que como marco en un país donde, desde hace unos doscientos años, la sociedad nacional presiona las fronteras étnicas con la excusa, aún no caducada, de que hay demasiada tierra para poco indio. Todas esas divergencias, en conjunto, ¿apuntarían otras etnicidades en otras partes del planeta, o serían poco más que rodeos que *Etnicidad S. A.* se tomaría antes de realizarse? Aquel sistema mundial, ante el que las diferencias étnicas se alzaban como obstáculos, ¿volvería ahora a la carga con más éxito al contar con esa misma diferencia étnica como sujeto de su proyecto y ya no más como objeto u objeción? ¿*Etnicidad S. A.* se constituiría por entero e igualmente a partir de la corporativización de la etnia y de la objetificación de la cultura? Sospecho que esas preguntas apuntan hacia futuros debates.

Hay un modo de aproximarse a todo ese complejo que quizá sea endémico entre los antropólogos y que puede ser tachado de nostálgico. Es nostálgico de las esencias, o, si no de las esencias, sí por lo menos de un pasado en que las etnias eran conceptos académicos que trataban de delimitar una realidad muy plástica, y no objetos con registro notarial; en que la cultura estaba sujeta a diferencias pero no a *copyrights*, y servía para propósitos internos mucho más que a una negociación externa. Eran etnias y culturas autónomas, autárquicas y tal vez *auténticas*.

Es probable que los Comaroff, en su fuero íntimo, sufran de esa nostalgia: caso contrario quizás no habrían definido ese tema, ni lo habrían rotulado de un modo que suena irónico. Admiten que la corporativización de las etnias traiga beneficios a sus miembros, pero objetando que esa es una contingencia histórica; podrían, sí, beneficiarse de ella como oportunidad o, a falta de otros recursos —lo que no es lo mismo que considerar la *Etnia S. A.* —, como un proyecto autóctono. No dejan de señalar que habrá que estar atentos al tipo de desigualdades que esa nueva configuración produce, y que está aún por dar sus frutos; y que sean cuales sean los lucros obtenidos por los nativos, siguen estando muy lejos de los que adquiere el capital especulativo que pulula en ese universo.

Pero, si son nostálgicos, lo disimulan bien. Reconocen incluso, y sin pesar, que un hijo suyo, ingeniero, está implicado en la planificación de una de esas empresas étnicas en Sudáfrica. No aluden a esas novedades —que a veces tienen ya sus buenos decenios de existencia— con ese desprecio que los científicos sociales usan cuando quieren dar lecciones a la realidad que describen. Su recorrido por el mundo de la patrimonialización de la cultura y de las corporaciones autóctonas identifica estrategias válidas —y a veces únicas— de supervivencia, pero muestra también que no todo se reduce a expedientes utilitarios. Los bosquimanos San, por ejemplo, no sólo se disfrazan de bosquimanos para actuar ante un público extranjero y ganar

así unos dólares: obtienen, también, un legítimo orgullo dejando de ser por unas horas moradores desarraigados de chabolas para tornarse de nuevo —autenticados por la mirada del turista— exponentes de un modo de vida original. Los rituales de la monarquía Bafokeng, potencia del platino sudafricano, pugnan por enriquecer con elementos tradicionales una escenografía enteramente ajena a la tradición, ni más ni menos que han hecho siempre otras monarquías mucho más septentrionales. Y nada impide que, por ejemplo, el arte destinado a un público nuevo alcance un tipo nuevo de autenticidad, una calidad, una diversidad y una tensión creativa superiores quizá a los que tuvo el arte *auténtico* de otros días. No fue tan diferente de eso lo que ocurrió cuando los artistas europeos, que vivían hasta entonces al servicio de Dios y de la nobleza, empezaron a producir para el mercado —aunque fuese, en aquel caso, un mercado más próximo. Bienvenida sea la novedad: como ya sugirió una vez Marshall Sahlins, no es justo que, cuando los europeos se inventan una tradición disfrazándose de lejanos ancestrales, al resultado se le llame Renacimiento y, cuando son africanos o indios quienes lo hacen, les acusemos de algún tipo de falsificación. Pero otra cosa es que comulguemos entusiásticamente con el Renacimiento, con sus déspotas y con la habilidad con las que atribuyó todas sus lacras a unas eras oscuras por él superadas. El libro de los Comaroff, a mi juicio, tiene la virtud principal de organizar en un cuadro coherente y sistemático una serie de tendencias que ya conocemos bien: la universalización y la solidificación de los derechos intelectuales, el endurecimiento de las identidades, la patrimonialización de la cultura, la belicosidad judicial que sustituye a la violencia o a la política... En conjunto todos esos factores, como ya antes se ha esbozado, apuntan hacia la corporación como tipo ideal de los agrupamientos humanos. No hay que recurrir a la mano oculta del mercado ni al espíritu de los tiempos para explicar cómo esa visión del mundo lo ha permeado todo: ella tiene sus misioneros, más abundantes de lo que fueron los de la Iglesia o los del Estado. Quizás entre ellos haya incluso antropólogos.

Mucho y malo se ha dicho de esa nostalgia antropológica que pretendía mantener a los otros, y sólo a ellos, en la felicidad precapitalista. Sólo se ha dejado de decir que hace tiempo que esa nostalgia se ha tornado minoritaria: ya son legión los antropólogos que, por el contrario, saludan la derrota de las esencias y se implican en empresas muy parecidas a las que los Comaroff describen. Y de ese etno-progresismo aún se ha dicho muy poco. Es difícil saber si desea expandir por el mundo un modelo al que se adhiere en su propio país, o si, invirtiendo la vieja asimetría, entiende que lo que le indigna en casa puede ser el camino de la liberación en tierra de infieles. En cualquier caso, y tal como narran los Comaroff, esta vez no se trata de una maniobra oculta en lejanas colonias: si alguien quiere oponerse a ella, no tendrá que buscarla demasiado lejos de su casa.