



Ethnicity, Inc.*

RESEÑADO POR RODRIGO LLANES SALAZAR**

¿Qué formas está tomando la etnicidad en la actualidad? ¿Podemos entenderla como un fenómeno meramente político? ¿Se trata sólo de un fenómeno cultural? ¿Seguimos dependiendo de enfoques primordialistas, constructivistas e instrumentalistas para entenderla? En *Ethnicity, Inc.*, los antropólogos sudafricanos Jean y John Comaroff ofrecen sugerentes propuestas para analizar las formas que está cobrando la etnicidad actualmente, en particular la *etnicidad corporada* o *Etnicidad, S.A.* ¿A qué alude este concepto?

Ya desde hace aproximadamente 30 años los Comaroff han estado trabajando y defendiendo una *antropología histórica y neomoderna* que analice procesos dialécticos entre formas socioculturales locales y fuerzas externas (Comaroff, 1982; Comaroff y Comaroff, 1991 y 1992); en este sentido, explican la Etnicidad, S.A. como una dialéctica entre dos fenómenos históricos: por un lado, la *incorporación de la identidad*, por otro, la *mercantilización de la cultura*. En efecto ninguno de estos dos procesos es reciente, pero su progresivo entrelazamiento adquiere un nue-

vo sentido en el actual momento neoliberal, en el cual se encumbra a la propiedad intelectual; ocurre un desplazamiento de lo político hacia el dominio de la ley, y las identidades suelen naturalizarse cada vez más. Es así que surge la Etnicidad, S.A. como un fenómeno contemporáneo en el que organizaciones comúnmente caracterizadas como “étnicas” y “tribales” se están convirtiendo en corporaciones. Tales son los casos de la organización Gikuy, Embu, Meru Association (GEMA) en Kenia, que ha mutado en la corporación MEGA; o de Congress of Traditional Leaders of South Africa (Contralesa) en Sudafrica, que se ha convertido en una compañía consultora; entre muchos otros. ¿Cómo entender este fenómeno?

Los Comaroff trabajan sobre tres ejes teóricos para analizar la Etnicidad, S.A. Primero, los procesos de mercantilización de la cultura. A diferencia de enfoques como los de la teoría clásica o la teoría crítica, argumentan que la mercantilización y masificación de la cultura no necesariamente conduce a la pérdida de su “aura” (noción que toman de Walter Benjamin).

No nos hallamos ante un proceso lineal y teológico en el que el mercado hace desaparecer la diferencia y diversidad cultural. De hecho, encontramos casos opuestos: grupos étnicos que, como los tswana, consideran que “vender” su cultura es una forma de supervivencia. O los san, quienes sostienen que la mercantilización de su cultura constituye un modo de reconocimiento. Y es que no se trata sólo de la mercantilización de la cultura sino, ante todo, de una transformación de la racionalidad económica neoliberal, donde se aprecia un cambio en la producción del valor de lo material a lo inmaterial (conocimiento, propiedad intelectual, autenticidad, experiencia, etcétera). También se hace más difícil distinguir entre capital económico y capital cultural, o entre productores y consumidores (los balineses, observan los autores, no sólo *producen* sus danzas para los turistas, además son sus *consumidores*). La cultura se mercantiliza, nos dicen los Comaroff, pero también las mercancías se están haciendo explícitamente más culturales. Las etnomercancías se reproducen sin perder necesariamente su aura, y cada vez más entran a la lógica de la propiedad intelectual, de las patentes y del *copyright*. Pero esto es sólo una parte de la Etnicidad, S.A.

El segundo eje teórico examinado por los Comaroff es, desde luego, la etnicidad. Ya en trabajos anteriores han destacado y criticado los diversos problemas que acarrean los enfoques primordialistas e instrumentalistas (Comaroff, 1991 y 1996; Comaroff y Comaroff, 1992), y han argumentado que la etnicidad “siempre tiene su origen en fuerzas históricas específicas,

* John L. Comaroff y Jean Comaroff, *Ethnicity, Inc.*, The University of Chicago Press, Chicago, 2009, 234 pp.

** Posgrado en Ciencias Antropológicas, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa <rl_vakk@hotmail.com>.

fuerzas que son al mismo tiempo estructurales y culturales”; que “describe [tanto] una serie de relaciones como una forma de conciencia”; que “tiene sus orígenes en la incorporación asimétrica de grupos de estructura diferente en una sola economía política”; que si bien es histórica, “tiende a adoptar el aspecto ‘natural’ de una fuerza autónoma” y que, cuando esto sucede, “puede ser perpetuada por factores muy diferentes a los que provocaron su origen” (Comaroff y Comaroff, 1992: 112, 116, 118, 124 y 125). En *Ethnicity, Inc.*, los investigadores trascienden estos postulados formulados hace ya más de 20 años. Sus argumentos sobrepasan el tema de la etnicidad y se extienden a otras formas de identidad cultural. Más que nunca, señalan, la identidad cultural se experimenta como el producto tanto de una esencia compartida como autoconstruida. Los esencialismos ya no son sólo de índole racial o cultural, sino también biológicos y genéticos. Diversos grupos étnicos recurren a la genética y a las pruebas de ADN para “buscar” sus “orígenes” y su “descendencia”, muchas veces con fines claramente instrumentales. Al mismo tiempo, los Comaroff argumentan que reducir el análisis de las identidades a los planos de lo cultural y lo político nos hace perder de vista la complejidad de su integración en la economía política neoliberal. Muchos grupos étnicos, hoy corporaciones legales, están luchando ya no sólo por el reconocimiento de su diferencia y de sus derechos particulares, sino además por entrar al mundo del capital de riesgo, al mundo financiero. En pocas palabras, se están definiendo asimismo como grupos económicos.

Las nuevas formas de subjetividad política, de identidad y de nacionalidad constituyen el tercer eje teórico discutido por los autores.

Comienzan reconociendo que los Estados-nación tienen que lidiar como nunca antes con la heterogeneidad, en una condición que caracterizan como *policulturalismo: poliplural y polipolítica*. Pero no son los mismos Estados-nación que tenían que tratar con la heterogeneidad en el siglo XIX o en buena parte del XX (tampoco es la misma heterogeneidad). Son Estados-nación en pleno régimen neoliberal, a cuyas poblaciones conciben como ensambles de empresarios calculadores y consumidores, como “capital humano”, autorresponsables de sus necesidades y problemas. Éste resulta un contexto proclive para el surgimiento del etnoempresarialismo, el cual implica el manejo y mercadeo de prácticas y productos culturales *qua* propiedad intelectual, donde destaca el empleo del lenguaje de la ley, un verdadero “fetichismo de la ley”, no siempre exento de violencia (Comaroff y Comaroff, 2009).

A partir de los ejes teóricos anteriores, los investigadores examinan diversos casos de la Etnicidad, S.A., que vienen gestándose al menos desde mediados del siglo XX: los casinos de los *First Peoples* en Estados Unidos, algunos de ellos verdaderas empresas millonarias; los san del desierto del Kalahari, que mediante la mercantilización del cactus *Hoodia gordonii* (cuyas propiedades eliminan la sensación de hambre) se constituyeron como corporación; así como los bafokeng, también en Sudáfrica, quienes al incorporar su identidad lograron insertarse en el mercado de las minas de platino.

Todos estos casos son controvertidos y complejos, en ocasiones trágicos, pero en todos ellos los Comaroff detectan siete propiedades constitutivas de la Etnicidad, S.A.: 1) Dinámicas de inclusión y exclusión, de definición de fronteras de pertenencia. Como ya se ha

mencionado, las pruebas genéticas y de ADN son cada vez más recurrentes en estas autodefiniciones, a partir de las cuales se ha excluido a personas acusadas de, por ejemplo, “no ser san”. 2) Etnogénesis producidas por el comercio: por ejemplo, los cazadores y recolectores bosquimanos se definieron como el “pueblo san” tras el proceso de mercantilización de la *Hoodia gordonii*, así como diversos grupos nativos norteamericanos se han constituido como tales a partir de los negocios de los casinos. 3) Inversiones de capital por parte de actores externos. 4) Si bien importa la diferencia cultural, el *contenido* de ésta puede no importar en lo más mínimo. 5) Cuando los grupos étnicos han obtenido su soberanía, tienden a afirmarla en contra del Estado, sobre todo a partir de luchas legales. 6) La tierra como propiedad juega un papel relevante para la constitución de los grupos étnicos, de su incorporación y de la mercantilización de su cultura. Incluso los territorios “virtuales” se vuelven cruciales, pues la mayoría de estas etnocorporaciones tienen ahora un sitio web (¿etnicidad.com?). 7) Por último, la dialéctica misma entre incorporación de la identidad y la mercantilización de la cultura. Punto en el que vale la pena detenerse.

En los casos explorados, el proceso de Etnicidad, S.A. puede comenzar con la mercantilización de la cultura (como en el caso san) o con la incorporación de la identidad (caso bafokeng). Lo importante es que cada uno de estos procesos suele necesitar cada vez más del otro; con mayor frecuencia se complementan y requieren mutuamente: sin la incorporación de la identidad la Etnicidad, S.A. no tendría materialidad soberana, y sin la mercantilización de la cultura sería indistinguible de cualquier otra

empresa. Aún más, se trata de una dialéctica abierta, siempre indeterminada y que no abarca a todas las poblaciones étnicas por igual, ni siquiera las abarca a todas. Asimismo, esta dialéctica no funciona como una fuerza histórica abstracta, sino que siempre se traduce en términos de las prácticas “locales” de la vida cotidiana (aunque la expresión “local” no deja de ser problemática cuando, por ejemplo, los san se enfrentan a compañías farmacéuticas europeas y reciben asesoría legal también de foráneos). Su *forma* es general y similar en todas partes, pero su *sustancia* varía ampliamente de acuerdo con las diversas configuraciones de los términos de la dialéctica y de sus siete propiedades constitutivas.

De hecho, la dialéctica entre incorporación de la identidad y la mercantilización de la cultura no se encuentra únicamente en el terreno de la etnicidad. También la hallamos en la nacionalidad, la divinidad y otros ámbitos. En la Nacionalidad, S.A., plantean los autores, los Estados-nación se están convirtiendo en empresas: venden sus productos y marcas nacionales (que son también productores de nacionalidad) y se comportan como verdaderas corporaciones mercantiles: son evaluados en términos de cuánta inversión atraen, cuántos activos logran gestar, cuánta es su capacidad de acumular y, sobre todo, impulsan el surgimiento del voluntarismo neoliberal, frente al cual las convenciones modernas de responsabilidad *social* dan lugar a las idealizaciones posmodernas de la responsabilidad *ética*. Como ya vimos anteriormente, los sujetos con los que lidia la Etnicidad, S.A. (y lo mismo sucede con la Nacionalidad, S.A.) son ante todo sujetos empresariales. Algo semejante ocurre con la religión, advierten los Comaroff, cuando las corporacio-

nes religiosas comienzan a mercantilizar la “*esencia numinosa de la fe*”. Así, la abierta e irresuelta dialéctica que conecta la incorporación de la identidad a la mercantilización de la diferencia “parece estar extendiéndose en todas direcciones. Etnicidad, S.A., Nacionalidad, S.A., Localidad, S.A. y otros S.A. hasta ahora no nombrados” (p. 138).

Ante este fenómeno, caben desde luego muchas preguntas. Atien-

do por el momento sólo dos. ¿La Etnicidad, S.A. está beneficiando a los grupos étnicos? Como proceso dialéctico-abierto, argumentan los Comaroff, es difícil saber: en efecto, está generando mejorías en las condiciones materiales de algunos grupos, pero al mismo tiempo, como ya se ha visto, excluye a ciertos individuos y reproduce y produce desigualdad. Aún más, como un fenómeno estrechamente vinculado al capitalismo neoliberal, se



beneficia y sufre de sus promesas ambiguas y en muchas ocasiones contradictorias. Incluso las etno-corporaciones más exitosas no están exentas de sucumbir frente a los peligros de la actual economía de riesgo.

Por último, ¿qué está sucediendo con la etnicidad en México?, ¿encontramos formas de Etnicidad, S.A.? Ciertamente no puedo abordar aquí la cuestión. Sin embargo, las más recientes políticas neoin-digenistas que buscan transformar a los indígenas en “productores competitivos y rentables” (Oehmichen Bazán, 1999: 230), las políticas de “gestión étnica” que pretenden constituir “empresarios indígenas” —como los artistas purépechas (Vázquez León, 2010)—, la conformación y desarrollo de casinos de la tribu —¿binacional?, ¿nación fronteriza?— kikapú al otro lado de la frontera norte del país (Mager Hois, 2008), así como los diversos modos de mercantili-zación de la cultura maya en distintos enclaves turísticos en el sureste (Marín Guardado, 2010), nos hacen pensar que la Etnicidad, S.A. será también un etnofuturo

en México, o una forma ya de et-nopresente, para el que los Coma-roff nos ofrecen sugerentes herra-mientas de análisis.

Bibliografía

- COMAROFF, JEAN
Y JOHN L. COMAROFF
1991 *Of Revelation and Revolution. Christianity, Colonialism and Consciousness in South Africa. Volume One*, The University of Chicago Press, Chicago, 414 pp.
- 2009 *Violencia y ley en la posco-lonia: una reflexión sobre las complicidades Norte-Sur*, Katz, Madrid, 131 pp.
- COMAROFF, JOHN L.
1982 “Dialectical Systems, His-tory and Anthropology: Units of Study and Ques-tions of Theory”, en *Journal of Southern African Studies*, vol. 8, núm. 2, Taylor & Francis, pp. 143-172.
- 1991 “Humanity, Ethnicity, Na-tionality: Conceptual and Comparative Perspectives on the U.S.S.R.”, en *Theory and Society*, vol. 20, núm. 5, pp. 661-687.
- 1996 “Ethnicity, Nationalism, and the Politics of Differen-ce in an Age of Revolution”, en Edwin N. Wilmsen y Patrick McAllister (eds.), *The Politics of Difference: Ethnic Premises in a World of Power*, The University of Chicago Press, Chicago, pp. 162-183.
- COMAROFF, JOHN L. Y JEAN COMAROFF
1992 *Ethnography and the His-torical Imagination. Studies in the Ethnographic Imagi-nation*, Westview Press, Chicago, 337 pp.
- MAGER HOIS, ELISABETH
2008 “Relaciones de poder en la Kickapoo Traditional Tribe of Texas: el caso del casi-no Lucky Eagle”, tesis de doctorado en Antropolo-gía, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México, 570 pp.
- MARÍN GUARDADO, GUSTAVO
2010 “Turismo, globalización y mercantilización del espa-cio y la cultura en la Rivie-ra Maya: un acercamiento a tres escenarios”, en Ri-cardo López Santillán (co-ord.), *Etnia, lengua y terri-torio. El sureste ante la globalización*, Centro Pe-ninsular en Humanidades y Ciencias Sociales-UNAM, Mérida, pp. 17-55.
- OEHMICHEN BAZÁN, CRISTINA
1999 *Reforma del Estado. Políti-ca social e indigenismo en México 1988-1996*, UNAM, México, 259 pp.
- VÁZQUEZ LEÓN, LUIS
2010 *Multitud y distopía. Ensayos sobre la nueva condición étnica en Michoacán*, Pro-grama Universitario México Nación Multicultural-UNAM, México.