

COMAROFF, John L.; COMAROFF, Jean. *Etnicidad S.A.* Buenos Aires/Madrid: Katz Editores, 2011. 251 p.

Oscar Calavia

Universidade Federal de Santa Catarina
E-mail: occs@uol.com.br

Lá no início dos anos 1980, nas bancas de jornal e nas telas de tevê brasileiras exibiam-se, ainda com certa inocência, as figuras nuas dos índios do Xingu, emblema do Brasil nativo e exótico. Não muito depois, com o deslanchar do movimento indígena e o ingresso dos índios na política nacional, popularizou-se outra série de imagens dos mesmos índios pintados e adornados com cocares, mas com câmeras de vídeo no ombro, ou escrevendo num laptop, ou com enfeites que reproduziam, em estilo étnico, as formas e as cores da bandeira nacional ou de algum time de futebol. Já neste século nos habituamos a uma sorte de exotismo de terceira geração: índios, com cocares ou sem eles, oferecendo ao mundo a sua cultura em forma de rituais encenados para turistas, cursos de espiritualidade indígena ou seminários de pesquisa psiconeurológica baseados no uso de suas poções enteogênicas. O fato não passou despercebido aos antropólogos, que o comentaram abundantemente, em geral elogiando a estratégia dos nativos. E com ele tem se acirrado também a procura de fórmulas jurídicas para estabelecer e defender o patrimônio intelectual indígena.

Muito longe do Brasil, John e Jean Comaroff publicam *Ethnicity Inc.*,¹ que agora aparece traduzido para o espanhol. Um estudo baseado principalmente em dados sul-africanos – embora lhes sirva como contraste um extenso capítulo sobre os índios da América do Norte – que nas suas preliminares e conclusões sugere que o fenômeno de

que tratam tem um alcance universal, não menos nas metrópoles ocidentais que nas suas antigas colônias.

Para enunciar esse fenômeno – numa paráfrase livre do que dizem os autores –, poder-se-ia dizer que, se durante muito tempo o Estado-nação serviu como uma espécie de modelo oculto de todas as agrupações humanas (as tribos, os partidos políticos, os clubes de futebol), o tempo é chegado em que esse papel tem sido transferido à corporação empresarial. Onde antes proliferavam as bandeiras, agora surgem as logomarcas. A empresa capitalista, com seus modos de organização, sua retórica e sua ideologia, tem se tornado aos poucos o padrão que deve seguir todo coletivo humano que aspire estar na história, desde as nações e as regiões até as religiões, passando obviamente pelas universidades.

As etnias, no caso que nos ocupa, viram proprietárias corporativas de um território e uma cultura, e seus dirigentes – reis tradicionais, caciques ou conselhos de anciões – integram conselhos de administração, que tiram o melhor proveito possível de um capital material ou simbólico e se encarregam também de distribuir os benefícios entre os acionistas, isto é, em princípio, entre os membros reconhecidos dessa etnia.

Os Comaroff identificam seis dimensões nesse campo. A primeira tem a ver com a pertença: os processos de transformação da etnia em entidade jurídica veem-se acompanhados de uma ênfase crescente na biologia, mais do que nas tramas sociais, na hora de definir a inclusão ou a exclusão de um indivíduo. A segunda, com a etnogênese: é a empresa a que define e consolida a etnia, e não o contrário. A terceira, com o capital: o processo é frequentemente desencadeado por um investimento de risco que vem do exterior. A quarta, com a cultura: cultura como diferença ou senha de identidade, não necessariamente como veículo interno. A quinta, com a aspição soberana, em difícil disputa contra o Estado. A sexta, com a territorialidade: a reivindicação de um território costuma estar na origem da etnia-corporação e lhe serve de quadro. Uma sétima dimensão, segundo eles, descobre-se nos casos em que o processo não tem seu início na criação de uma pessoa jurídica e no investimento

vindo de fora – como quando a empresa étnica administra cassinos ou minérios situados no seu território –, mas na transformação em mercadoria de algum saber tradicional (cultígeno, remédio, arte...). Essa sétima dimensão atravessa perpendicularmente as outras e fornece um ponto de partida diferente ao processo.

Ou seja, o núcleo central do argumento dos Comaroff consiste em que a constituição da etnia como pessoa jurídica e a transformação da cultura em mercadoria, embora fenômenos independentes, atraem-se e complementam-se. A Etnia S.A. pode começar por qualquer um desses extremos.

Esse perfil da etnicidade corporativa aplicar-se-ia desigualmente a outras regiões – como as Américas Central e Meridional –, onde, por motivos muito diversos, ela dá ainda seus primeiros passos ou disputa o terreno com outro tipo de projetos étnicos. Mas as dimensões citadas não estão totalmente ausentes em nenhum canto do multiculturalismo e a comparação com o panorama traçado pelos Comaroff será muito valiosa para melhor entender sua evolução. Se invoquei no início o caso do Brasil – um dos principais laboratórios atuais da etnicidade – é porque, totalmente ausente no livro dos Comaroff e muito longe do universo que eles descrevem, poderia servir como prova dos nove desse núcleo central do seu argumento. As etnias brasileiras (principalmente as etnias indígenas) ingressam no universo da Etnicidade S.A. pela sua sétima dimensão: estão em vias de objetivar sua cultura e aproveitar seu potencial de mercadoria. Mas suas relações com o Estado são mais matizadas: envolvem reivindicação e conflito, mas também uma maior dependência, que exclui ou limita muito qualquer tentação de soberania – de fato os projetos étnicos estão incluídos num projeto de identidade nacional multicultural desse mesmo Estado. É também o Estado o principal investidor, junto com um bom número de ONGs, num terreno no qual ainda não entrou abertamente o capital privado. As fronteiras étnicas eram no Brasil talvez ainda mais fluidas e indeterminadas que nos casos africanos, e o processo de etnificação inclui alguma vontade de enrijecê-las; mas o próprio movimento indígena tem militado contra critérios biológicos de pertença que agora lhe custari-

am muito assumir. A ênfase na cultura como diferença (às vezes quase limitada a um conjunto de diacríticos) jogou um papel notável na etnogênese, mas o jogou dentro de um paradigma anterior em que se pensava em povos ou nações, sem esperar as iniciativas da corporação. O território, enfim, é uma reivindicação que serve de ponto de partida ao projeto, mas que lhe serve mais como meta que como quadro num país onde, desde há duzentos anos, a sociedade nacional pressiona sobre as fronteiras étnicas com a escusa ainda não caducada de que há terra demais para pouco índio.

Todas essas divergências, em conjunto, apontariam processos étnicos diferentes ou seriam apenas rodeios que a Etnicidade S.A. tomaria antes de se realizar? Aquele sistema mundial que tropeçava no obstáculo da diferença estaria voltando à carga com maior sucesso ao contar com a diferença étnica como sujeito do projeto e não mais como objeção? A Etnicidade S.A. conseguiria se constituir por inteiro e igualmente a partir da corporativização da etnia e da objetificação da cultura? Suspeito que essas perguntas apontam para debates futuros.

Há um modo de se aproximar de todo esse complexo que talvez seja endêmico entre os antropólogos e que pode ser tachado de nostálgico. Nostálgico das essências ou se não das essências, ao menos de um passado em que as etnias eram conceitos acadêmicos que tentavam delimitar uma realidade mais plástica, e não objetos registrados em cartório; em que a cultura estava sujeita a mutações, mas não a *copyrights*, e servia para propósitos internos muito mais que a uma negociação externa. Etnias e culturas autônomas, autárquicas e talvez *autênticas*. É provável que os Comaroff, no seu íntimo, sofram dessa nostalgia: caso contrário talvez não teriam definido esse tema, nem o teriam rotulado de um modo que soa irônico. Eles admitem que a corporativização das etnias traga benefícios aos seus membros, mas objetando que essa é uma contingência histórica: poderiam, sim, se beneficiar dela como oportunidade ou na falta de outros recursos – o que não equivale considerar a Etnicidade S.A. como um projeto autóctone. Não deixam de lembrar que deveremos ficar atentos ao tipo de desigualdades que essa nova configuração produz e

que ainda estão por dar seus frutos. E sejam quais forem os lucros auferidos pelos nativos, continuam estando muito longe dos que obtêm o capital especulativo que frequenta esse universo.

Mas se os Comaroff são nostálgicos, dissimulam bem. Até reconhecem, e sem mostrar pesar, que um filho deles, engenheiro, está implicado no planejamento de uma dessas empresas étnicas na África do Sul. Não aludem a essas novidades – que às vezes já têm seus decênios de existência – com o desprezo que os cientistas sociais costumam usar quando querem dar lições à realidade que descrevem. Seu percurso pelo mundo da patrimonialização da cultura e das corporações autóctones identifica estratégias válidas – e às vezes únicas – de sobrevivência, mas também mostra que nem tudo se reduz a expedientes utilitários. Os bosquímanos San, por exemplo, não só se fantasiam de bosquímanos para atuar perante turistas estrangeiros e ganhar assim uns dólares, eles obtêm, também, um legítimo orgulho deixando de ser por umas horas moradores míseros de favelas para se tornarem de novo – autenticados pelo olhar do turista – expoentes ou pelo menos herdeiros de um modo de vida original. Os rituais da monarquia Bafokeng, potência mineradora do platino sul-africano, lutam por enriquecer com elementos tradicionais uma cenografia inteiramente alheia à tradição; nem mais nem menos o que fizeram sempre outras monarquias mais setentrionais. E nada impede que, por exemplo, a arte destinada a um público novo atinja um novo tipo de autenticidade, uma qualidade, uma diversidade e uma tensão criativa superiores talvez às que teve a arte *autêntica* de outros tempos. Não foi muito diferente disso o que aconteceu quando os artistas europeus, que viviam até então a serviço de Deus e da aristocracia, começaram a produzir para o mercado – embora fosse, naquele tempo, um mercado mais próximo. Bem-vinda a novidade: como já sugeri uma vez Marshall Sahlins, não é justo que, quando os europeus inventam uma tradição se fantasiando de ancestrais muito distantes (gregos e romanos), o resultado seja chamado de Renascimento e, quando africanos ou índios fazem o mesmo, lamentemos a inautenticidade. Portanto, que sejam bem-vindas as novidades.

Mas outra coisa é que comunguemos entusiasticamente com o Renascimento, com seus déspotas e com a habilidade com que atri-

buiu todas as suas mazelas às épocas obscuras que tinha superado (até agora continuamos acreditando que a caça às bruxas, que de fato grassou na época de Leonardo, Descartes e Galileu, seja coisa da Idade Média). O livro dos Comaroff, a meu juízo, tem a virtude de organizar num quadro coerente e sistemático uma série de tendências que já conhecemos bem: a universalização e a solidificação dos direitos intelectuais, o enrijecimento das identidades, a patrimonialização da cultura, a judicialização que substitui a violência e a política... Em conjunto, todos esses fatores, como já antes se esboçou, apontam para a corporação como um tipo ideal das agrupações humanas. Não há que se recorrer à mão oculta do mercado nem ao espírito dos tempos para explicar como essa visão de mundo permeou tudo: ela tem seus missionários, mais abundantes dos que nunca foram os da Igreja ou os do Estado. Quiçá haja entre eles muitos antropólogos.

Muito e ruim se falou já dessa nostalgia antropológica que pretendia manter os *outros* – e só os *outros* – na felicidade pré-capitalista. Mas se esqueceu de dizer que há muito que essa nostalgia tem se tornado minoritária: são já legião os antropólogos que, muito pelo contrário, saúdam a debandada das essências e se implicam em empresas muito parecidas com as que os Comaroff descrevem. E desse etnoprogressismo ainda se falou muito pouco. É difícil saber se deseja expandir pelo mundo um modelo que ele tem em alta estima, ou se, tornando do avesso a velha assimetria, entende que aquilo mesmo que o indigna em casa pode ser para os outros o caminho da libertação. Em qualquer caso, e tal como narram os Comaroff, desta vez o que está a acontecer não é uma manobra oculta em colônias longínquas. A corporativização acontece por toda parte, de modo que quem não goste dela poderá a ela se opor bem no mesmo lugar onde mora.

Nota

- 1 A edição espanhola é a tradução de *Ethnicity Inc.*, Chicago, University of Chicago Press, 2009.

Recebido em: 02/11/2011

Aceite em: 05/11/2011