

Book Review

Andrew F. Milacci
Liberty University
afmilacci@liberty.edu

Alanna Cant. *The Value of Aesthetics: Oaxacan Woodcarvers in Global Economies of Culture*. 2019. Joe R. and Teresa Lozano Long Endowment in Latin American and Latino Art and Culture Series. Austin: University of Texas Press.

Cuando se habla de la globalización, resulta fácil recurrir a generalizaciones para tratar de entender cómo este fenómeno se manifiesta en la sociedad. El trabajo de la antropóloga social Alanna Cant arroja luz sobre los efectos de tal tendencia al adentrar en el caso específico del mercado de tallados de madera en el pueblo oaxaqueño de San Martín Tilcajete. En particular, el reciente libro de Cant, *The Value of Aesthetics: Oaxacan Woodcarvers in the Global Economies of Culture*, desarrolla la idea de la “economía de cultura” para explicar cómo la compleja relación entre arte, estética, cultura, autenticidad, autoría y consumo se sopesa en la consideración del valor de las tallas, tanto al nivel local como al nivel nacional y global. En los seis capítulos que componen el volumen, además de la introducción y conclusión, la autora cruza fronteras interdisciplinarias al explorar tales temas como la estética y la belleza, el valor, los derechos de autor, el aura benjaminiana de una pieza de arte, las dinámicas relaciones de una comunidad y las interacciones comerciales que tienen los artesanos con consumidores, otros artesanos, conservadores que representan museos y hasta con oficiales de organizaciones gubernamentales.

El texto de Cant, en vez una recapitulación de la historia del tallado oaxaqueño, propone una lectura de este, aunque sí ofrece una breve sinopsis de la trayectoria del tallado local que nos ayuda a apreciar la contradictoria realidad en la que viven los nativos de San Martín Tilcajete: los famosos tallados que allí se producen y se venden son un fenómeno que surge en el siglo veinte, a pesar del hecho de que pretenden representar un pasado que remonta a los tiempos prehispánicos. A partir de esta contradicción –el deseo de simbolizar, mediante una práctica reciente, una larga historia cultural–, Cant establece los fundamentos del estudio, en particular el concepto de una “economía de cultura”, que se define como “those multiple fields of economic practice that depend on a reified culture concept and repackage the diffuse practices of everyday life into commodified objects, places, and events” (8). En esta pequeña comunidad oaxaqueña, las tallas en madera representan, y deben representar, auténticamente, tanto la cultura mexicana como la cultura indígena local, al mismo tiempo que atraen a consumidores de todos los rangos del espectro, desde el turista hasta el coleccionista de

arte. Al definir el mercado de los tallados de madera en San Martín Tilcajete como una economía de cultura, se entiende mejor la crisis existencial-ontológica que vivieron los talladores al saber la noticia de que un “americano” había mandado replicar (es decir, falsificar) figuras tileñas en China. Puesto que los talladores se ven obligados a satisfacer diferentes demandas artísticas/culturales/turísticas a la vez, y debido al hecho de que las figuras de madera representan, por designio, a Oaxaca, el tallado “oaxaqueño” producido en otro local pone en riesgo su misma existencia como artistas que operan como autoridades y vendedores de la cultura que pretenden manifestar con sus obras hechas de madera.

El título del libro presenta los dos temas centrales del estudio antropológico de Cant: los conceptos del valor y de la estética. En su discusión del valor, la estudiosa se basa en el trabajo de Pierre Bourdieu al afirmar que el valor de las piezas en particular (y el tallado oaxaqueño en general) depende del campo (*field*) en el que se sitúe, pero con una modificación: en el contexto de San Martín Tilcajete, se puede entender el campo de Bourdieu como una topografía estética (*aesthetic topography*) (48) a la que Cant añade el concepto del aura de Walter Benjamin. Entonces, para Cant, la estética deseable del tallado se deriva del aura benjamiana que la pieza produzca dentro de un determinado campo del mercado local y global.

En la exploración del mercado para los tallados, el libro se destaca al hacerse cristalizar la complejidad de este espacio de compraventa. En efecto, Cant arguye que la compra de una figura involucra procesos y factores que influyen al consumidor, formando así el aura de la pieza, lo que determina el valor para la persona a la hora de comprar. Cant demuestra hábilmente que una porción significativa del aura de una talla radica en la percepción de la autenticidad de la figura, así también como la del artista que elaboró la pieza. La cuestión del artista, entonces, ocupa un lugar imprescindible en el libro, ya que un taller específico de talladores, el de los García (seudónimo), ha llegado a dominar el mercado de tallado en Oaxaca. Como consecuencia, los García han podido convertir su éxito en renombre internacional al emplear estrategias que solidifican su autenticidad como verdaderos artistas y autoridades que producen “arte étnica” dentro de una tradición indígena genuina: “By successfully drawing on an aesthetic of indigeneity that speaks to the North American ethnic art market in ways that their neighbors struggled to replicate, the Garcías appear at once more authoritative and more authentic than their competitors” (155).

La obra de Cant presenta un caso de sumo interés para estudiosos de varias disciplinas, en particular investigadores de la globalización, arte, valor, indigeneidad, performance e identidad, entre otros temas. Lo único que se le podría sugerir sería que se incluyera un retrato más íntimo de los García; el lado comercial de esta familia de artistas se desarrolló de manera exhaustiva, pero es posible que otros lectores quieran saber con más detalle cómo responderían los García a las críticas –y hasta bromas– que se hacen de ellos. Sin embargo, la conclusión de Cant que responde a la pregunta inicial presentada en la introducción, la de qué importa si se hacen falsificaciones, nos ofrece una visión extremadamente íntima de la comunidad como un todo: “Although the woodcarvings have given Tileños an important and relatively secure source of economic stability, their desirability is somewhat mysterious, which makes people nervous. . . . [T]hey worry that the desirability of woodcarvings may

not sustain everyone in the future” (156). Las copias revelan la contradicción con la que deben lidiar: existe un mercado que los artistas conocen bien, y como tal sus prácticas artísticas y comerciales van dirigidas completa y únicamente hacia ese mercado: representaciones talladas que evocan una indigeneidad y mexicanidad auténticas. Asimismo, se entiende que ese mercado no deja de cambiar, y no se sabe qué se considerará de valor en el futuro.

La perspicacia de esta última observación de Cant se muestra sumamente relevante en momentos como el que estamos viviendo ahora. La preocupación de si lo que tenemos de valor para ofrecerle al mundo desvanecerá, deviniendo irrelevante, con tan solo un repentino cambio de mercado, es algo que a lo mejor muchos entendemos. ¿Cómo no pensar, por ejemplo, que el gigantesco esfuerzo que se ha hecho para enseñar clases por vías digitales durante la pandemia, en algún momento futuro causará que el salón de clase físico se considere irrelevante? La profundización en esta comunidad de talladores que nos brinda Cant, en fin, constituye una valiosa contribución a más de un campo de estudio y parece haber llegado en un momento oportuno.

Andrew Milacci is an Associate Professor in the Department of Modern Languages, Liberty University. His research interests include Brazilian *cordel* poetry and the Spanish Picaresque.
