

## AGENCIA EN ALFRED GELL Y BRUNO LATOUR

AGENCY IN ALFRED GELL AND  
BRUNO LATOUR

Marta Sánchez Viejo

*Universidad Isabel I / Universidad de Barcelona*

**Resumen:** *Este artículo realiza un diálogo sobre agencia entre Alfred Gell y Bruno Latour con el objetivo de contribuir a la creación de nuevas herramientas desde las que aproximarse al debate contemporáneo sobre el individualismo y la atomización. Se parte del análisis gelliano del arte como acción para, posteriormente, generar un diálogo con la propuesta de simetría latouriana que disuelve el binomio sujeto-objeto. A través del estudio de la agencia y el tratamiento de esta en objetos surge un nuevo marco ontológico desde el que aproximarse y pensar los debates contemporáneos.*

**Palabras clave:** *Alfred Gell, Bruno Latour, agencia, Teoría del Actor-Red, individuación relacional.*

**Abstract:** *This article stages a dialogue on agency between Alfred Gell and Bruno Latour with the aim of contributing to the creation of new tools for approaching contemporary debates on individualism and atomization. It begins from Gell's analysis of art as action and subsequently engages Latour's principle of ontological symmetry, which dissolves the subject-object binary. Through the study of agency and its treatment in objects, a new ontological framework emerges from which to approach and reflect on contemporary debates.*

**Keywords:** *Alfred Gell, Bruno Latour, agency, Actor-Net-work Theory (ANT), relational individuation.*

## 1. INTRODUCCIÓN

Este artículo plantea una puesta en conversación sobre la noción de agencia de Alfred Gell y Bruno Latour con el fin de contribuir con el debate contemporáneo sobre el individualismo y la idea de atomización social. Para ello se detiene principalmente en las obras *Arte y Agencia* y *Nunca fuimos modernos* para pensar la agencia, no asociada únicamente a los seres humanos y la composición del individuo, como una individuación relacional que emerge del ensamblaje en el que se encuentra y en el cual intervienen objetos. De este modo, puede situarse el debate y el problema de la atomización como situacional, como una organización específica de ensamblados que disminuye la pluralidad agencial y la conexión de actores.

Se parte del contexto del arte para ejemplificar la forma en la que Gell piensa el arte como sistema de acción, el cual reconfigura, transforma y produce distintos efectos en las relaciones sociales. De este modo, se procura trasladar el enfoque desde el significado a otro orientado a la agencia, que favorece la reconsideración moderna de la división sujeto-objeto. En este punto, se explora la idea de “trampa” y se genera un diálogo sobre la noción de agencia con relación a la propuesta latouriana; no solo se pretende reconstruir el giro agencial de Alfred Gell por medio de su estudio sobre nociones como índice, artista, prototipo o destinatario, sino también poner en cuestión los límites de su propuesta en contraste con la simetría ontológica de Bruno Latour.

La intención del estudio consistiría, entonces, en poner en diálogo a estos dos pensadores por medio de la noción de agencia, situar por contraste ambas propuestas, explorar la agencia de los objetos desde dos enfoques críticos con el marco moderno dual sujeto-objeto, y contribuir a la creación de una caja de herramientas para discutir y pensar desde otros lugares preocupaciones contemporáneas como la idea de individualismo. Para lograr lo anterior, se ha dividido el artículo del siguiente modo: revisión del marco de Alfred Gell sobre la agencia del objeto, la intencionalidad y su análisis sobre la noción de trampa (epígrafes 2, 3 y 4); puesta en diálogo y análisis comparativo con la propuesta agencial latouriana desde la exploración de conceptos como traducción, purificación y Parlamento de las Cosas (epígrafes 5 y 6) y, finalmente, exposición de la síntesis de las ideas sobre la noción de agencia extraídas por contraste en la articulación de las propuestas de ambos autores (epígrafe 7).

## 2. ARTE Y AGENCIA

En *Arte y Agencia*, Alfred Gell no restringe el arte a un sistema de signos y símbolos, sino que contempla al mismo como un compuesto de relaciones sociales en las que los objetos desempeñan una labor activa. Con ello pretende trasladar la insistencia e interés en planteamientos culturalistas, discursivos y

semióticos a los de una teoría agencial del objeto. Esta agencia necesita de un análisis relacional y de la interacción material que replanteen el marco desde el que se abordan categorías como objeto y persona. Para ello, se sustituye el estudio estético<sup>1</sup> por el de la intencionalidad y, aunque el objetivo de Gell consistiera en alejar la Antropología del arte de su subordinación de los estudios semióticos o culturalistas<sup>2</sup>, se considera valioso para esta investigación su estudio e interés sobre los modos de afectación del artefacto. Gell, para lograr este distanciamiento y propuesta investigadora, propone examinar elaboraciones artísticas deteniéndose en la estructuración de sus relaciones en lugar de hacerlo desde el análisis e interpretación simbólica<sup>3</sup>; la importancia no reside tanto en su consideración artístico-estética<sup>4</sup>, sino en su entramado de relaciones de la red que habitan para conocer su origen y la afectación

<sup>1</sup> Lo cual no implica que se tenga que prescindir del estudio de los procesos de estetización de la producción artística, sino que hay que redirigirlo a un marco que permita poner en cuestión el propio marco institucional del arte y la validación de unos u otros objetos artísticos en base a criterios estéticos contenidos en ese mismo marco. El arte es una “tecnología de encantamiento” que genera atracción en función de un modo de ser constituido. En lugar de poner el foco en el cumplimiento o no de esos presupuestos artísticos del marco, resulta relevante explorar la conformación de ese estado base estético que conforma a un objeto u otro en arte o no. Para ello, hay que interrogar a la producción de ese encantamiento que hace que un objeto consiga o no atrapar al espectador y tener una agencia en espacios relacionales. Con ello también se intenta superar la división entre objeto de arte occidental y artefacto no occidental: el encantamiento de la magia, de lo ritualístico es comparable a la de un museo. Cf. Alfred GELL, *The Art of Anthropology: Essays and Diagrams*, Oxford, New York, Berg, 2006, pp. 162–63, 178–82; Alfred GELL, *Arte y agencia: Una teoría antropológica*, Buenos Aires-México, SB Editorial, 2016, p. 113; Guillermo WILDE y Gonzalo ARAOZ, “Presentación: Arte y agencia: Más allá de Alfred Gell,” en Alfred GELL, *Arte y agencia*, p. 26.

<sup>2</sup> Cf. Sergio MARTÍNEZ-LUNA, “La antropología, el arte y la vida de las cosas: Una aproximación desde *Art and Agency* de Alfred Gell,” en *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana* 7, n. 2 (2012), p. 173; Guillermo WILDE y Gonzalo ARAOZ, *op. cit.*, p. 24.

<sup>3</sup> Esta concepción relacional también puede ponerse en conversación con el concepto de “aura” benjaminiano. Gell propone unas herramientas para señalar la fuerza causal que en Benjamin se puede rastrear históricamente por medio del culto y la lejanía: “Dentro de largos períodos históricos, junto con el modo de existencia de los colectivos humanos, se transforma también la manera de su percepción sensorial. El modo en que se organiza la percepción humana –el medio en que ella tiene lugar– está condicionado no sólo de manera natural, sino también histórica (...) ¿Qué es propiamente el aura? Un entretreído muy especial de espacio y tiempo: apareamiento único de una lejanía, por más cercana que pueda estar”. Walter BENJAMIN, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, México, Ítaca, 2003, pp. 46-47.

<sup>4</sup> Gell entendía la historia del arte como un estudio de la sociedad y a las instituciones como garantes de un contexto para la producción y difusión del arte. No obstante, es relevante comprender que el estudio antropológico fuera del marco occidental debe comprender las relaciones que se generan, ya que no se opera desde el mismo contexto. Sin ello, no puede comprenderse el arte en contextos fuera de occidente: el arte no puede ser reducido a la belleza (cf. Ricardo RUIZ, “Una revisión a la antropología del arte y la agencia de Alfred Gell”, en *Entre Lenguas* 23 (2023), p. 77). Además, vincular arte y estética genera una desconexión con los objetos artísticos que circulaban como “arte” a finales del siglo XX, por ejemplo, las instalaciones o performances (se puede explorar esta última idea en profundidad en el texto de A. GELL, “Vogel’s Net: Traps as Artworks and Artworks as Traps”, en *Journal of Material Culture* 1, n. 1 (1996) 15–38.

al destinatario o sujetos observadores<sup>5</sup>. En palabras de Gell: “Más que en la comunicación simbólica, centro todo el énfasis en *la agencia, la intención, la causalidad, el resultado y la transformación*. Considero el arte un sistema de acción, destinado a cambiar el mundo más que a codificar proposiciones simbólicas sobre él. El enfoque sobre el arte centrado en la acción es inherentemente más antropológico que la opción semiótica, porque el primero analiza el papel práctico de mediación que desempeñan los objetos de arte en el proceso social, más que la interpretación de los objetos “como si fueran textos”<sup>6</sup>.

No se trata de reducir el objeto artístico a un significante previamente dado, desentrañar lo que contiene o topar con un desvelamiento estético, sino de focalizarse en las relaciones específicas del mismo para esclarecer el sistema de acción que este objeto encarna, así como los motivos que movilizaron su creación. La importancia del estudio de estos objetos artísticos estaría entonces en el desvelamiento de las redes e interacciones que concluyen en la creación de ese objeto artístico y en el efecto de este mismo objeto sobre sus receptores, como si de un movimiento infinito y relacional se tratase en tanto a la creación y configuración de un objeto y su progresiva capacidad de acción. La categorización como arte vendría dada por las relaciones en las que el objeto mismo está inmerso; el análisis no se realiza desde un marco interesado en desvelar qué es el arte<sup>7</sup> sino su papel en una red de relaciones, el espacio en el que este se ubica a la hora de ser conformado y conformar a terceros<sup>8</sup>.

“El objeto de arte es cualquier cosa que se inserte en la «ranura» de objetos de arte dentro del sistema de términos y relaciones concebido en la teoría. (...) Nada se puede concluir a priori en relación con la naturaleza de este objeto, pues la teoría se fundamenta en la premisa de que la naturaleza del objeto de arte está en función de la relación social, la matriz en que está enmarcado. No posee una naturaleza «intrínseca» fuera del contexto relacional que le da lugar”<sup>9</sup>

<sup>5</sup> La intención de Gell se presenta como una nueva posibilidad investigadora en el contexto de la segunda mitad del siglo XX, en la que los enfoques predominantes estaban influenciados por el estructuralismo, la antropología simbólica y después por el postestructuralismo y el giro lingüístico. Propuestas investigadoras como la de *Arte y Agencia* nacen después que otras corrientes teóricas como la Teoría del Actor-Red y en paralelo a otras como los Nuevos Materialismos, con las que, sin ignorar las particularidades de cada cual, guardan múltiples solidaridades en la propuesta de estudio del objeto.

<sup>6</sup> Cf. Alfred GELL, *Arte y agencia*, pp. 36-38.

<sup>7</sup> Gell plantea un proceso de extrañamiento del arte con el fin de estudiarlo bajo unos parámetros similares a los de un objeto etnográfico.

<sup>8</sup> Lo que es o no arte no depende solamente de las características del objeto artístico, sino de su inserción y relación con las instituciones o lógicas interpretativas: la explicación estética para la delimitación del objeto artístico es insuficiente. Cf. Alfred GELL, “Vogel’s Net: Traps as Artworks and Artworks as Traps,” pp. 16- 20.

<sup>9</sup> Alfred GELL, *Arte y agencia*, p. 38.

De forma cotidiana se categorizan ciertos objetos como arte y existe un consenso popular a este respecto que no interroga a la propia categoría. Según la propuesta de Gell todo objeto o persona podría contemplarse dentro de esta categorización arte, dependiendo de cómo este se inserte. De esta forma, no se pretende comprender cómo se llega o no a constituirse como arte, sino poner en cuestión la propia condición del arte y hacer un análisis de objetos que han sido legitimados como tal. Reducir un objeto a “arte” sin cuestionar la carga institucional desprovee de capacidad de ejercer una aproximación crítica hacia la propia categoría y elaborar nuevas formas de mirar al objeto; se limita a un reconocimiento de objetos ya reconocidos en tanto a esa legitimación. De este modo, no existe una reducción de estudio a aquellas obras de arte avalladas dentro de un circuito institucional occidental, sino que se interesa por comprender el espacio en el que los objetos se funden con las personas debido a las relaciones sociales entre “las personas y las cosas, y entre las personas y otras personas por medio de las cosas”<sup>10</sup>. Este interés de estudio y su doble relación persona-cosa, cosa-persona exige un detenimiento en la noción de “agencia”. A este respecto Gell menciona:

“Se puede atribuir agencia a aquellas personas (y cosas, como veremos más adelante) que provocan secuencias causales de un tipo particular, es decir, sucesos causados por actos mentales, de voluntad o de intención, en lugar de por simple concatenación de hechos físicos. El agente es quien «hace que los sucesos ocurran» en su entorno. Como resultado de ejercer la agencia, suceden cosas, que no necesariamente tienen que ser las que «quería» el agente. Mientras que las cadenas de causa-efecto en el terreno físico y material consisten en «hechos» explicables por medio de leyes que, en última instancia, gobiernan el universo entero, los agentes provocan «acciones» que «inician» ellos mismos por sus propias intenciones. Son la fuente, el origen, de los sucesos causales de manera independiente al estado del universo físico”<sup>11</sup>.

De esta forma, se realiza un vínculo estrecho y directo entre agencia e intencionalidad, pero no con respecto al control del resultado. Una persona u objeto tienen agencia si en ellos reside una intencionalidad que moviliza acción. Gell diferencia el ser parte de una concatenación material que interviene en esa acción con ser el que “inicia” esa acción por medio de su voluntad o decisión meditada. La agencia no es dependiente de ninguna causalidad física, sino que reside en la intencionalidad por comenzar cualquier movimiento. En este punto es relevante detenerse en la división que realiza Gell entre causalidad física y de agencia: mientras en la primera, asegura, existe una capacidad de control y anticipación al gesto final, en la segunda se pueden generar efectos imprevistos y no deseados por el agente. Así, no existe una cadena

<sup>10</sup> *Ibid.*, p. 43.

<sup>11</sup> *Ibid.*, p. 48.

causal física únicamente que reduce todo a una mediación física, sino que hay un reconocimiento de agentes que pueden iniciar nuevas cadenas de acción de manera autónoma y separadas de esa causalidad física, lo cual se aleja de cualquier lectura determinista y da autonomía a una dimensión social de la que formaría parte esa intención que inicia la cadena causal de un agente.

Parece complejo atribuir agencia a un objeto tras esta definición de agente vinculada con la intencionalidad. Gell contempla, sin embargo, esta agencia asociada a objetos. A nivel terminológico trabajaba cuatro categorías: índices, artistas, destinatarios y prototipos<sup>12</sup>. Es importante, antes de adentrarse en estas categorías, detenerse en la diferencia entre agente y paciente y en el nexo relacional bajo esta división. La agencia existe en un marco de relaciones en la que, para poderse dar, tiene que existir de manera necesaria tanto un agente que genera un efecto y un paciente que lo “recibe” o sobre el que impacta esa acción. Estas figuras son dependientes de la otra y configuran un marco en el que se conforma una premisa de orden ontológico a la hora de atribuir agencia a cosas inertes<sup>13</sup>. Con ello, puede volverse a las cuatro categorías anteriores y explicarlas del siguiente modo:

1. **Índice**<sup>14</sup>: obra artística. Ejemplo: un cuadro como el retrato colectivo *La familia de Carlos IV*.
2. **Artista**: persona que ha realizado la obra artística. Ejemplo: Francisco de Goya.
3. **Prototipo**: entidad representada por el índice por parecido visual o no<sup>15</sup>. Ejemplo: todos los miembros de la familia real española presentes en el cuadro (la reina María Luisa de Parma, Carlos IV, Antonio Pascual, Francisco de Paula de Borbón, etc.).
4. **Destinatario**: receptor o espectador que recibe la obra artística. Ejemplo: cualquier persona que contemple el cuadro.

Según sean agentes o pacientes se generará una u otra dinámica de relaciones vinculadas al objeto de arte. La agencia no tiene que estar centrada necesariamente en el artista, también puede condensarse en cualquiera de las otras tres categorías señaladas. Se desliga la agencia del artista y se expande a objetos, espectadores, etc. y se genera un marco en el que el arte se esboza

<sup>12</sup> Cf. *Ibid.*, p. 59.

<sup>13</sup> Cf. *Ibid.*, p. 54.

<sup>14</sup> “Gell points out that this is a loan from the semiotic theory of Charles Saunders Peirce; the tricky term in the above equation is «representation» because indices do that in a specific way. Gell uses «index» in the sense of «natural sign», which in my view can be understood better in the definition given of it by Sebeok: «a sign that has a causal relation between signifier and signified». Karel ARNAUT, “A Pragmatic Impulse in the Anthropology of Art? Gell and Semiotics”, en *Journal des Africanistes* 71, n. 2 (2001), p. 192.

<sup>15</sup> Cf. Alfred GELL, *Arte y agencia*, pp. 57-59; cf. Sergio MARTÍNEZ-LUNA, *op. cit.*, p. 179.

como relacional dentro de una complicada red con muchos vínculos sociales con capacidad de ocupar diferentes posiciones y adoptar distintos roles. Gell ilustra esto por medio de la siguiente tabla (la trama de arte), en la que se desglosa el entramado de afectaciones según se turnen agente-paciente<sup>16</sup>.

Si apelamos a la agencia del objeto artístico (índice), por ejemplo, se han de contemplar los acontecimientos en los que existe la siguiente relación<sup>17</sup>:

1. Índice A—> artista P: el índice dirige al artista. Puede estar vinculado a la reacción ante particularidades del material trabajado (como puede ocurrir con la forma de la madera y las formas que ya están inscritas en la misma antes de la talla), la idea de “objetos encontrados”... Ejemplos de ello pueden ser las rocas naturales de los jardines japoneses o los *ready-mades* de Duchamp.
2. Índice A—> destinatario P: el índice dirige al destinatario. Se produce un espectador pasivo y el índice aliena o genera identificación.
3. Índice A—> prototipo P: el índice afecta al prototipo. Habitualmente se suele pensar en la relación agente-paciente contraria: la idea de Dios inspira una obra pictórica, una persona posa para un cuadro... No obstante, puede producirse la relación contraria. Gell la señala especialmente en contextos de magia, por ejemplo, en los casos de hechicería por imagen. Un ejemplo cercano a esto puede ser el vudú.

<sup>16</sup> No siempre están ni tienen que estar los cuatro presentes. Hay casos en los que no se presentan estas cuatro categorías. Cf. Alfred GELL, *Arte y agencia*, p. 61.

<sup>17</sup> Cf. *Ibid.*, pp. 61-66.

		AGENTE			
		Artista	Índice	Prototipo	Destinatario
PACIENTE	Artista	El artista como fuente del acto creativo.  El artista como testigo de la creación.	El material le dicta su forma al artista inherentemente.	El prototipo controla las acciones del artista. Su apariencia la imita el artista. Arte realista.	El destinatario es la causa de las acciones del artista (como mecenas).
	Índice	La agencia y la intención del artista moldean la materia.	El índice como su propia causa: «hecho por sí mismo».  El índice como «cosa hecha».	El prototipo determina la forma del índice.	El prototipo como causa del índice.
	Prototipo	La apariencia del prototipo determinada por el artista. Arte imaginativo.	Las imágenes o las acciones del prototipo están controladas por un índice, un <i>locus</i> de poder sobre el prototipo.	El destinatario es la causa de la creación del índice y de su forma.  El índice afecta al prototipo.	El destinatario ejerce un poder sobre el prototipo. Hechicería por imagen.
	Destinatario	La respuesta del destinatario está determinada por la habilidad, el intelecto, los poderes mágicos, etc., del artista. Está cautivado	El índice es la fuente del poder sobre el destinatario. Este actúa como «espectador» que se somete al índice.	El prototipo ejerce poder sobre el destinatario. Su imagen se usa para controlar las acciones del destinatario. Idolatría.	El destinatario como mecenas.  El destinatario como espectador.

Tabla 1. La trama de arte. Fuente A. GELL, *Arte y agencia*, p. 63.

Si se tratase de un caso en el que el prototipo fuese agente y el índice paciente (Prototipo A → Índice P) se podrían encontrar casos en los que se fotografía a una persona, en los que hay una relación directa con la forma del prototipo<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> Tiempo atrás, se veía la fotografía como un modo de producción de imagen «sin artista», y así lo consideran muchos todavía. La imagen que se forma a partir de la luz que emana el prototipo sí nos ofrece un ejemplo puro de la fórmula que nos ocupa. Cf. A. GELL, *Arte y agencia*, p. 69.

### 3. TRAMPAS

Respecto a estas relaciones, Gell explora la idea de trampa. Estas hacen de mediador al modificar la intención del autor y el rol de la víctima y encarnar ideas que transmiten una acción, por lo que se les supone agencia. Las trampas dirigidas a animales, por ejemplo, encarnan poder, ya que tienen la capacidad de anular la agencia del animal y transformarlo en un ente inmóvil sin capacidad de acción<sup>19</sup>. Gell afirma a este respecto: "The trap is therefore both a model of its creator, the hunter, and a model of its victim, the prey animal. But more than this, the trap embodies a scenario, which is the dramatic nexus that blinds these two protagonists together, and which aligns them in time and space"<sup>20</sup>.

La trampa, en este caso, se configura como un objeto que media entre el cazador y el animal, genera un escenario de nuevas relaciones en el que los roles anteriores se modifican. El objeto-trampa no es pasivo, sino que su agencia altera el escenario de relaciones y, por tanto, a los entes involucrados en el mismo. En vínculo con la dimensión artística, la trampa no es solo un objeto con una finalidad concreta, algo utilitario, también supone un nodo activo de cualquier red social que puede actuar dentro del contexto arte<sup>21</sup>. Una trampa no es únicamente un artefacto técnico, se puede convertir en un objeto artístico si las relaciones y contexto lo "adopta" como tal; esto es posible bajo el presupuesto de que el arte no viene definido únicamente de forma estética, por eso en el ejemplo de la trampa se puede observar este desdoblamiento. La agencia que ostenta la trampa como objeto utilitario no la pierde en el contexto del arte; se mantiene la agencia, aunque pueda transformarse. La trampa en el contexto del arte también tiene la función de capturar, de lograr capturar al espectador. Damien Hirst en su obra explora esta doble función de la detención: "This work captivates because of the profound contrast between the gigantic, ultra-biological fish and its aseptic glass cage, or trap whose reflective walls project virtual images of the equally aseptic surrounding gallery into a shark's biological domain"<sup>22</sup>.

La exposición de los cadáveres de estos animales dentro de los circuitos artísticos genera una reacción y detención distinta a la que produciría fuera de, por ejemplo, un contexto museístico. Ello demuestra la distinta capacidad agente de un objeto dependiendo de su activación y situación en un contexto

<sup>19</sup> Se puede ver esta idea ilustrada en A. GELL, "Vogel's Net: Traps as Artworks and Artworks as Traps," pp. 27-32.

<sup>20</sup> *Ibid.*, p. 26.

<sup>21</sup> Un ejemplo que proporciona Gell es el de Damien Hirst, el cual exhibe trampas y animales como tiburones en formaldehído, lo que desestabiliza la categoría arte y la del objeto etnográfico según la relación en la que a este se le sitúa. *Ibid.*, p. 29. El ejemplo de Damien Hirst demuestra esta doble función.

<sup>22</sup> *Id.*

u otro y la falta de obligación de seguir unos u otros criterios estéticos para que un objeto u otro forme parte del contexto arte: se critica con ello la independencia y alejamiento entre arte y artefacto. A través de este ejemplo no solo se puede observar el paralelismo de un objeto categorizado como arte o no según las relaciones que este guarde y los espacios que habite, también se conecta el concepto de “trampa” con el de cualquier obra de arte, las cuales tienen como finalidad captar la atención del receptor de la obra, construirse en torno a la captura del otro: supone una materialización de un nexo de intencionalidades. Los museos o galerías son lugares de captura y los objetos que contienen obras de arte que logran atrapar<sup>23</sup>; estos espacios no solo contienen objetos, sino que tienen la capacidad relacional de convertir a esos objetos en otra cosa y, en base a ese ensamblaje que se le proporciona a ese objeto dentro de circuitos artísticos, dotarlos de la categoría arte y generar, asimismo, un poder sobre aquel que observa. La relación es importante a la hora de comprender un objeto y sus funciones, ya que en el contexto museístico se despliegan relaciones que visibilizan lo invisible y modifican de forma activa la forma de mirar del espectador, introduciéndolo en un marco cronológico o narrativo determinado<sup>24</sup>. Los objetos, sean o no artísticos, son definidos por sus relaciones, al tiempo que se les otorga un poder u otro.

#### 4. AGENCIA E INTENCIÓN

Si se define la agencia en base a la intención, como se ha indicado con anterioridad, parece complejo poder atribuírsela a un objeto ya que son las personas las que poseen intencionalidad. La intención está atribuida a la capacidad de poseer conciencia, por lo que en un principio parece contradictorio realizar el nexo agencia-objeto. Ello desanda lo avanzado hasta este punto y sugiere que lo que se le podría otorgar a los objetos es la causalidad física, pero no la causalidad del agente, al no tener los objetos una disposición para el deseo o la intención. Parece entonces complicada la defensa de la agencia en objetos. Sin embargo, Gell realiza varias clarificaciones a este respecto:

1. La agencia humana se ejecuta en un mundo material. Para que una persona pueda actuar o transformar el espacio en el que se encuentran ha de haber una mediación material: las intenciones no pueden ejecutarse sin un escenario, han de materializarse. Para que se produzca esta transformación del deseo en materia debe haber una intervención de las cosas; no basta con estados mentales para ejercitar la agencia<sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup> “Every work of art that works is like this, a trap or a snare that impedes passage; and what is any art gallery but a place of capture (...) “thought-traps”, which hold their victims for a time, in suspension?”. *Ibid.*, p. 36.

<sup>24</sup> Cf. Nicholas THOMAS, “The Museum as Method”, en *Museum Anthropology* 33 (2010), pp. 7-8.

<sup>25</sup> Cf. A. GELL, *Arte y agencia*, p. 51.

2. Agentes primarios y secundarios<sup>26</sup>. Gell realiza una división entre las personas (agentes primarios), las cuales son seres intencionales, y los objetos<sup>27</sup> (agentes secundarios), por medio de los cuales los agentes primarios hacen su agencia efectiva. Considerar los objetos agentes secundarios no implica que se los relegue a un segundo plano agencial o se les desprovea de su capacidad agente; estos objetos se conforman como una extensión del hombre y paralelamente lo delimitan<sup>28</sup>. No contienen una intención autónoma, pero conforman la del individuo y la manifiestan; el objeto no es una simple herramienta, sino un factor constituyente del propio sujeto. Las personas no se dan únicamente en su cuerpo, sino en conexión con el exterior y es por ello por lo que la agencia se encuentra distribuida y se puede hallar en objetos<sup>29</sup>. Habitualmente los índices son agentes secundarios: adquieren su agencia de un agente externo y hacen de medio para su transmisión. Sin embargo, los artistas adquieren el papel de agentes primarios, aunque socialmente se encuentren relegados a un puesto de “subordinación”<sup>30</sup>. Este sometimiento no les quita el estatus de agentes primarios. De igual forma los destinatarios se conformarían como agentes primarios (al ser ambos personas) y los prototipos son anfibilógicos, pudiendo conformarse como agentes primarios o secundarios según qué o quién sea el prototipo<sup>31</sup>

Ello no quiere dotar de “vida” a los objetos por medio de atribución de agencia, sino hacerse cargo de la agencia que encarnan los objetos y que se ejecuta a través de la cultura material. Al mismo tiempo los objetos pueden

<sup>26</sup> “Siempre que se atribuye un acontecimiento a una persona o cosa estas quedan investidas de una capacidad de agencia. Las personas son agentes primarios, pero los objetos presentan una agencia secundaria. Si bien estos no son de por sí seres intencionales, actúan a menudo como medios a través de los que se manifiesta y realizan intenciones. Sergio MARTÍNEZ-LUNA, *op. cit.*, p. 177.

<sup>27</sup> Los objetos son extensiones de la gente, expresan y extienden su agencia, configurando para los actores una “personalidad distribuida”, repartida entre los objetos a través de los que participa en la vida social. *Cf. id.*

<sup>28</sup> A este respecto, Gell proporciona el siguiente ejemplo sobre las minas antipersona y los soldados de Pol Pot: “Un soldado no es un simple hombre, sino uno armado con un rifle o, en este caso, con una caja repleta de minas que sembrar. Las armas del soldado son partes de sí mismo y le hacen ser lo que son. No podemos hablar de los soldados de Pol Pot sin referirnos en la misma oración a sus armas, así como al contexto social y las tácticas militares que conlleva poseerlas. Los hombres de Pol Pot eran capaces de ser los agentes (...) que eran solo a causa de los artefactos que tenían y que, por así decirlo, transformaban a simples hombres en demonios con poderes extraordinarios. (...) Como agentes, no estaban solo donde yacían sus cuerpos, sino también en muchos sitios (y tiempos) simultáneamente. Las minas eran componentes de su identidad como seres humanos, al igual que sus huellas digitales y las letanías de odio y miedo que inspiraron sus acciones. A. GELL, *Arte y agencia*, pp. 52-53.

<sup>29</sup> *Cf. ibid.*, pp. 52-53.

<sup>30</sup> Por ejemplo, en el caso de producción artística por encargo.

<sup>31</sup> *Cf. A. GELL, Arte y agencia*, p. 70. Si el prototipo es una persona posando para un cuadro podrá ser un agente primario. Si es un objeto, como un sombrero, se conformará como un prototipo con agencia secundaria.

ser encarnaciones objetivas del poder o capacidad de desear su uso y, en consecuencia, entidades morales en sí mismas.

“Los objetos «indexicalizan»<sup>32</sup> la agencia de sus creadores; no son, pues ni símbolos ni representaciones. Un ídolo, por ejemplo, no conmueve a los creyentes porque sea el vehículo de un mundo simbólico que él encarna y objetiva, sino porque interviene, modificándola, en una red de relaciones sociales. La atención se reorienta así a las formas de agencia social que median entre objetos y relaciones”<sup>33</sup>

Las personas<sup>34</sup> dotadas de intencionalidad y de capacidad para comenzar una cadena causal se entienden como un conjunto de índices que revelan su realidad biográfica (en vida o no). La agencia primaria genera un “objeto distribuido”; la persona no solo está contenida en su cuerpo, sino que se expande a través de diferentes objetos. De ello se puede abducir una agencia particular y configurar a una persona: a través del “objeto distribuido” se constituye la persona que no está confinada a los límites de su cuerpo, sino que se expande espacial y temporalmente<sup>35</sup> a través de diferentes índices<sup>36</sup>. Por medio de esos índices se puede hacer una composición de la persona. Por ejemplo, en el caso de un artista plástico, su identidad no está contenida únicamente en sus cuadros o esculturas, también lo está en su ropa, fotografías, muebles... Todos ellos componen el “objeto distribuido” y son parte de su creación biográfica. Es posible abducir la acción y presencia de una persona por medio de los índices vinculados a esta. Con todo ello, los objetos no se pueden simplificar o reducir solamente a extensiones humanas, sino que deben entenderse también como medios de transmisión de la agencia social dotados de agencia contingente. Por ejemplo, un coche no tiene intenciones propias, pero si se avería en mitad de la carretera la persona que lo conduce pasa a

<sup>32</sup> Término vinculado a índice y que se extrae de la semiótica, el cual puede ser definido como “[u]n signo o representación que se refiere a su objeto no tanto en virtud de alguna semejanza o analogía con él, ni tampoco porque esté asociado con caracteres generales que ese objeto posee de hecho, sino porque se encuentra en conexión dinámica (incluida la espacial) tanto con el objeto individual, por una parte, como con los sentidos o memoria de la persona para la cual sirve como signo, por la otra”. Charles Sanders PEIRCE, *Obra lógico-semiótica*, Madrid, Taurus, 1987, p. 275. Gell lo adopta y lo emplea en los objetos artísticos, donde la actuación del mismo en las redes sociales es lo que cobra importancia, en lugar de ser visto únicamente como una transmisión de significado en el que reside una interpretación simbólica. Por ejemplo, a este respecto la cruz cristiana no es solo un símbolo de Cristo, sino que tiene una capacidad de acción por sí misma, es “más” que su significado al que se le asocia.

<sup>33</sup> Sergio MARTÍNEZ-LUNA, *op. cit.*, p. 178.

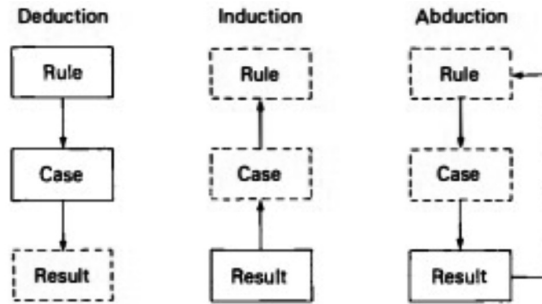
<sup>34</sup> Los seres humanos no se constituyen como entidades herméticas e indiferenciadas; se conciben como “múltiples” y “fractales”. Desde esta perspectiva, Gell indirectamente contraría la idea de sujeto moderno.

<sup>35</sup> “La idea de una personalidad que se extiende en el tiempo y el espacio forma parte de muchas instituciones y prácticas culturales. Los templos, tumbas, monumentos, osarios, lugares sagrados, etc., de antaño tienen que ver con la extensión de la personalidad más allá de la vida biológica por medio de Índices que se distribuyen en el entorno”. A. GELL, *Arte y agencia*, p. 275.

<sup>36</sup> Cf. *Id.*

ser paciente, es afectado por la acción del coche averiado. Asimismo, cuando esa persona conduce el vehículo o lo repara, se alternan los roles agente-paciente. La agencia de los objetos no es atribuida de manera directa, sino en base a sus relaciones, como se ha expuesto en el ejemplo anterior. Gell pretende con esta premisa no caer en un enredo y confusión ontológica al dotar de agencia por defecto a cualquier objeto. Se interesa en las relaciones vinculadas a la práctica social desde un estudio contextual y del intercambio<sup>37</sup>.

Asimismo, es importante mencionar que la agencia solo se puede detectar *ex post facto*. No puede determinarse el agente antes de la actuación concreta y la modificación del entorno causal<sup>38</sup>. Ello denota que la agencia no se porta por defecto ni se puede asociar de antemano (no es inherente a ningún ente), se demuestra por medio de acciones y transformaciones del entorno en el que se encuentra: es observable en el contexto práctico. Una vez se identifica una acción puede determinarse el agente de esa acción y categorizar al mismo como primario o secundario. Para comprender esto en mayor medida, Gell propone el empleo del término “abducción”<sup>39</sup> como explicación por medio de la cual se infiere intención de una persona a partir de la observación de un índice: no supone una deducción ni tampoco una inducción, sino una proposición de hipótesis frente a algo que se desconoce<sup>40</sup>. Ello genera tres esquemas inferenciales diferentes en los que los recuadros de línea continua señalan proposiciones verificadas y los de trazo discontinuo indican proposiciones tentativas generadas en el desarrollo del razonamiento.



**Tabla 2.** Deducción, inducción y abducción.

Fuente: Umberto Eco, *Semiotics and the Philosophy of Language*, p. 40.

<sup>37</sup> Cf. *ibid.*, p. 53-54.

<sup>38</sup> Cf. *ibid.*, pp. 52-53.

<sup>39</sup> También empleado en la semiótica y la lógica. Umberto Eco lo define como: “the tentative and hazardous tracing of a system of signification rules which will allow the sign to acquire its meaning”. Umberto Eco, *Semiotics and the Philosophy of Language*, Bloomington, Indiana University Press, 1986, p. 40.

<sup>40</sup> “La abducción cubre la zona gris en la que la inferencia semiótica –producida por los significados de los signos– se funde con la inferencia hipotética de carácter no semiótico –o no convencionalmente semiótico–”. A. GELL, *Arte y agencia*, p. 45.

Todo ello supone la práctica habitual en la acción cotidiana e interpretativa: ante una imagen de una persona que sonríe<sup>41</sup> se infiere cómo se siente o la personalidad amigable, y ante un objeto de arte ocurre lo mismo. A la hora de hacer un análisis de los objetos artísticos se depende de la abducción de la agencia: estos objetos son índices de los que se puede inferir la acción que los ha generado por medio de la exploración de relaciones históricas o sociales. Un objeto puede ser índice de diferentes agentes<sup>42</sup>, dependiendo del lugar en el que se ubique, la red en la que se vea inmerso: el análisis de los objetos como índices<sup>43</sup> implica el estudio de esos espacios y de la “posición” que ocupan. Por medio de la abducción se proporciona un sentido a los distintos objetos del contexto. Ello conlleva un trabajo social, cultural y cognitivo; no se aplica un método fijo sino hipótesis de forma constante.

## 5. NUNCA FUIMOS MODERNOS

Bajo la propuesta de Bruno Latour, ser moderno implica dos conjuntos de prácticas distintas. El primer conjunto crea por “traducción”, mezcla híbrida de naturaleza y cultura; y el segundo lo hace por “purificación”, constituye dos zonas ontológicas diferentes (la de los humanos y la de los no-humanos). El funcionamiento y eficiencia de la modernidad depende de que estas dos prácticas permanezcan separadas aunque convivan en estrecha necesidad y dependencia<sup>44</sup>. Traducir supone mezclar elementos diferentes que dan como resultado la creación de híbridos, entidades simultáneamente materiales, culturales, naturales y sociales<sup>45</sup>, y purificar implica departamentar en dos partes la dimensión ontológica, reforzando la idea de que la sociedad y la ciencia tienen dos labores completamente distintas, que se encargan del estudio de diferentes fenómenos totalmente higienizados (lo que refuerza esta doble categoría e invisibiliza la

<sup>41</sup> “(...) tomamos los objetos de arte -y los miembros de una categoría más amplia, los índices de agencia- como si tuvieran una «fisonomía» al igual que la gente (...) una apariencia sonriente desencadena la inferencia -limitada- de que la persona es amiga, a menos que finja, de la misma manera que la sonrisa de una persona real. Dicho de otro modo, tenemos acceso a «otra mente», una real o imaginaria. (...) los esquemas inferenciales-abducciones- que empleamos ante los «signos indexicales» son a menudo muy similares, cuando no idénticos, a los que usamos para tratar con los otros sociales”. *Ibid.*, p. 46.

<sup>42</sup> Un ejemplo que puede ayudar a comprender y clarificar esta cuestión es el siguiente: “mientras paseamos por la playa, encontramos una piedra tallada de manera muy sugerente. ¿Se tratará de un hacha de mano prehistórica? Se ha transformado en un «artefacto» y, por tanto, es apta para que la consideremos. Es una herramienta y, por lo tanto, un índice de agencia, tanto de su creador, como de la persona que la utilizó. A. GELL, *Arte y agencia*, p. 47.

<sup>43</sup> En el caso del arte, estos índices apuntan a los deseos, creencias y valores de las personas que los crearon y los utilizan (Ricardo RUIZ, *op. cit.*, p. 76).

<sup>44</sup> Cf. Bruno LATOUR, *Nunca fuimos modernos*, Madrid, Clave Intelectual, 2022, p. 28.

<sup>45</sup> Un ejemplo es el agujero de la capa de ozono, que condensa una combinación de elementos políticos, científicos, económicos, ecológicos, jurídicos o químicos y materializa esta mezcla de cultura y naturaleza en un fenómeno híbrido. Bruno LATOUR, *Nunca fuimos modernos*, pp. 13-14.

dimensión híbrida de cualquier fenómeno). Sin embargo, los resultados del proceso de hibridación no son tan fácilmente categorizables y la purificación constituye una independencia de una dimensión natural y la autonomía de una realidad social ficcionalizada. Una vez reconocido este marco de colaboración oculta entre los procesos de hibridación y purificación, no se trata de elegir uno de ellos para seguir una investigación, sino de realizar un meta-análisis del marco que sostiene este funcionamiento moderno.

Alfred Gell, en su propuesta de delimitación de la agencia, no repara en estas cuestiones y mantiene la separación de manera intacta en el momento en el que propone la división de causalidad física y agente. Aunque se justifique en la predicción o anticipación del resultado, esta doble categoría refuerza el proceso de purificación criticado por Latour y divide a los diferentes fenómenos en naturales o sociales según estén vinculados a una causalidad física o agente. En este ejercicio, se genera una falsa relación entre posibilidad de anticipación y naturaleza, invisibilizando la dimensión cultural o social que conllevan muchos de esos fenómenos “predecibles”. Se retoma esta idea de la purificación abordada desde la capacidad de anticipación del resultado: un fenómeno es natural o social en base a si su cadena y concatenación causal es o no controlable de inicio a fin y está relacionado con la parte natural de la doble división naturaleza-sociedad. En esta actividad, el agente pasa a estar en un plano únicamente social, la agencia queda relegada únicamente a uno de esos dos departamentos y se despoja de agencia a cualquier objeto o fenómeno que conlleve revelar un resultado más predecible o con un fuerte peso en la dimensión científica.

La agencia que se le concede a los objetos es una agencia secundaria, que refiere a la dimensión social y al intercambio entre sujetos. Aunque se conciba el objeto como posible agente, esa agencia se vincula directamente al ser humano y el objeto no deja de ser una parte extensiva del mismo. No se contempla esa agencia fuera de la dimensión social, lo cual ya refuerza de nuevo la separación purificadora que mencionaba Latour. Aunque Gell pone su interés en un análisis relacional de los objetos artísticos, conserva en los intermedios de ese análisis las categorías social-natural, reduciendo la exploración de redes únicamente a la parte social. En esta proposición de rastreo relacional en el que se dota a los objetos de agencia, se pueden contemplar similitudes con la propuesta de Bruno Latour. Sin embargo, en el desarrollo de esta indagación de redes se observa como una de las propuestas es más discriminatoria que otra.

Latour enuncia un Parlamento de las cosas y demanda una nueva Constitución en la que se contemplen y dirijan directamente los híbridos y en la que la ciencia y los estudios sociales formen parte de una misma red y puedan colaborar de cara a desentrañar la complejidad de estos híbridos ya reconocidos:

“Nosotros queremos que la selección meticulosa de los cuasi-objetos se vuelva posible no ya oficiosamente y con disimulo, sino de manera oficial y

pública. (...) Al enmendar la Constitución, seguimos creyendo en las ciencias, pero en vez de tomarlas en su objetividad, su verdad, su frialdad, su extraterritorialidad (...) las tomamos en lo que siempre tuvieron de más interesante: su audacia, su experimentación, su incertidumbre, su calor, su mezcla incongruente de híbridos, su loca capacidad para recomponer el lazo social"<sup>46</sup>.

No se trata de elegir una de las divisiones o realizar un rastreo teniendo en cuenta sólo una de las divisiones ya consolidadas en la modernidad: se trata de disolver la categoría al hacer que la exploración de las redes sea conjunta. De este modo, no se cae en falacias absolutistas desde ninguno de los dos estadios<sup>47</sup>. "La mitad de nuestra política se hace en las ciencias y las técnicas. La otra mitad de la naturaleza se hace en las sociedades"<sup>48</sup>.

Cuando Gell explora las redes de un objeto artístico se detiene en esa dimensión social a la que vincula la agencia y no tiene en cuenta la vinculada con esa dimensión asociada a lo natural. Latour entremezcla ambas dimensiones hasta disolverlas una en la otra, procurando que los límites de cada una se borren, generen nuevos discursos y desvelen cuestiones que no podrían ser vistas si se mantuvieran esas dos categorías intactas. En el ejercicio de Gell de conceder agencia a los objetos parece que va a optar indirectamente por una crítica a la modernidad y sus divisiones, pero se queda a medio camino; reconoce y otorga una capacidad agente dinámica, pero esa agencia sigue departamentada y es dependiente del plano social y del humano (persona con agencia primaria). Aunque la propuesta resulte en un primer momento extrema, en su desarrollo se vuelve conservadora con respecto a las divisiones modernas: no alcanza la radicalidad que contiene el ejercicio de exploración de redes de Latour.

La división de agencia primaria y secundaria cae de nuevo en la segmentación que se pretende disolver: lo humano y no-humano. Se analiza la capacidad agente del objeto siempre con relación a lo que deriva del humano y lo que le afecta, se crea una dependencia en la que el objeto porta lo humano, pero no se reconoce una agencia fuera de esto. No atender la agencia del objeto derivada de un conjunto de factores en los que se contempla, por ejemplo, un efecto físico, lo desprovee de cierta independencia, lo que conlleva que su capacidad de acción solo depende de la narrativa humana que contiene. Al entender la agencia del objeto únicamente desde una dimensión social,

<sup>46</sup> *Ibid.*, p. 207.

<sup>47</sup> "¿De dónde viene la amenaza? En parte de aquellos que quieren reducirlo a una esencia y que, despreciando las cosas, los objetos, las máquinas, lo social, cortando todas las delegaciones y todos los envíos, construyendo por relleno niveles lisos y plenos, mezclando todos los órdenes de misión, hacen del humanismo una cosa frágil y preciosa aplastada por la naturaleza, por la sociedad o por Dios. Los humanistas modernos son reductores porque tratan de referir la acción solamente a algunas potencias, no dejando al resto del mundo más que simples intermediarios o simples formas mudas". *Ibid.*, pp. 201-202.

<sup>48</sup> *Ibid.*, p. 210.

esta dimensión es dependiente siempre del sujeto, por lo que se genera una división sujeto-objeto para intentar dotar al objeto de autonomía agente, pero no se le otorga del todo al ser esa agencia dependiente al mismo tiempo del ser humano. Si por el contrario se disolvieran ambas esferas natural-social y se atendiese a la agencia del objeto bajo esta propuesta híbrida, el objeto y su agencia no tendrían una relación directa con la intencionalidad y narrativa humana, habría factores físicos del propio objeto que modularían al tiempo esa agencia. En este caso se hablaría de una autonomía agente y no de una agencia secundaria. La agencia secundaria no deja de ser una extensión objetual del ser humano, una forma en la que se expande fuera de los límites de su cuerpo, pero en la que no se reconoce al objeto por el objeto, sólo se le reconoce en tanto a portar y extender al humano.

Latour propone abordar al objeto como un mediador, el cual no posee una causalidad absoluta<sup>49</sup> pero su presencia o ausencia influye en el curso de los hechos. La relación sujeto-objeto es simétrica, ambos son actantes y poseen unos roles similares<sup>50</sup>, no se jerarquiza y ordena la agencia en base al emisor de la misma. La agencia no se centra únicamente en una acción social-afectiva, sino en cualquier modificación del tipo que sea en una red concreta. La agencia no tiene que estar vinculada con ninguna intencionalidad ni explícita ni implícita. Latour desvincula intencionalidad de agencia y, en este movimiento, produce una reacción doble: la ruptura de la dependencia jerarquizada del humano y el objeto (al contar con una característica asociada a lo humano a la hora de definir agencia) y dar espacio a cambios de la red antes no visibles o reconocibles:

“La principal razón por la que los objetos no tenían posibilidad alguna de cumplir un rol antes no era sólo la definición de lo social usada por los sociólogos, sino también la definición misma de actores y agencias que se elige con más asiduidad. Si la acción está limitada a priori a lo que los humanos ‘con intenciones’ y ‘con significado’ hacen, es difícil ver como un martillo, un canasto, un cerrojo, un gato, una alfombra, un jarro, una lista o una etiqueta pudieran actuar. Podrían existir en el dominio de las relaciones ‘materiales’ y ‘causales’, pero no en el dominio ‘reflexivo’ y ‘simbólico’ de las relaciones sociales”<sup>51</sup>.

La crítica de Latour a la forma en la que las ciencias sociales definen lo social y la acción es la parte principal del problema: sin deshacerse de este marco no es posible una consideración total del objeto como actor social. Gell, a este respecto, pretende dotar de agencia a los objetos artísticos sin ir hasta el

<sup>49</sup> “Podrían existir muchos matices metafísicos entre la plena causalidad y la mera inexistencia”. Bruno LATOUR, *Reensamblar lo social*, Buenos Aires, Manantial, 2005, p. 107.

<sup>50</sup> Cf. *ibid.*, pp. 105-107.

<sup>51</sup> *Ibid.*, p. 106.

fondo de este asunto, por lo que, a pesar de la apariencia cercana de la agencia latouriana, acaba acercándose en mayor medida a lo que este critica. Latour identificaba un problema de reconocimiento del objeto como actor social en la limitación de la acción a lo realizado “con intención” y “con significado” por parte de las personas, patrón que puede seguir reconociéndose, aunque sea de forma más velada, en la propuesta de Gell:

“Poseemos centenares de mitos que narran cómo el sujeto (o el colectivo, o la intersubjetividad, o las epistemes) construye el objeto; la revolución copernicana de Kant no es más que un ejemplo en un largo linaje. No obstante, no tenemos nada para narrarnos el otro aspecto de la historia: cómo el objeto hace al sujeto”<sup>52</sup>.

Gell reconoce la constitución del ser humano alrededor del objeto y lo ejemplifica con casos como el proporcionado sobre los soldados del Pol Pot en el que se constituye la personalidad de estas personas, en parte, gracias a la capacidad de portar armas y emplearlas. Sin embargo, desde la perspectiva latouriana, la agencia no es una mera proyección humana; se debe proporcionar independencia al objeto y proponer un orden relacional ontológico más anárquico. Ambos estarían de acuerdo con la idea de que las armas participan de forma activa en la constitución del soldado. Sin embargo, Gell mantiene al sujeto en el centro y sigue manteniendo, aunque no sea en la misma escala de discriminación, la exclusión de los objetos en vinculación con la capacidad actante que critica Latour. Aunque sea complejo realizar un análisis simétrico excluyendo al humano de un papel central, debe al menos señalarse esa conciencia de fracaso en el propio análisis, esa incompletitud característica de una exploración de redes infinitas y esa forma siempre dinámica y ensamblada del plano de “lo social”<sup>53</sup>.

La división agente-paciente también es destacable con relación a generar un contraste con la propuesta de agencia latouriana: mientras que Latour juega con constantes bidireccionalidades y múltiples afectaciones dentro de ensamblajes complejos, Gell realiza esta división unidireccional (agente-paciente) que esteriliza la agencia del “paciente” una vez está siendo afectado. Esta propuesta, aunque útil a la hora de comprender los juegos de fuerzas predominantes y afectaciones, resulta demasiado esquemática e ignora la complejidad relacional de las redes que sugiere Latour en la que cualquier actor se ve inmerso. Reducir la agencia a un juego de afectaciones unidireccionales y derivada del humano

<sup>52</sup> *Ibid.*, p. 123.

<sup>53</sup> “Cuando los científicos sociales agregan el adjetivo ‘social’ a algún fenómeno designan un estado de cosas estabilizado, un conjunto de vínculos que, luego, podía ser puesto en juego para explicar algún otro fenómeno. Este uso del término no tiene nada de malo mientras designe lo que ya está ensamblado, sin hacer supuestos superfluos acerca de la naturaleza de lo que está ensamblado. Pero surgen problemas cuando ‘social’ comienza a significar un tipo de material, como si el adjetivo fuera comparable en términos generales a otros calificativos como ‘de madera’, ‘de acero’, ‘biológico’, ‘económico’, ‘mental’, ‘organizativo’ o ‘lingüístico’”. *Ibid.*, p. 13.

(aunque este no sea el ejecutor) supone, a ojos de Latour, haberse hecho consciente y preocupado por la división sujeto-objeto moderna sin lograr llegar hasta el final y comprometerse del todo con la problemática.

## 6. PARLAMENTO DE LAS COSAS, ÍNDICE, PROTOTIPO, ARTISTA Y DESTINATARIO

Los índices pueden identificarse como más cercanos a los intermediarios que a los mediadores de la Teoría del Actor-Red: portan agencia conectada al individuo, pero no se destaca su capacidad de modificar al tiempo aquello que transporta. El índice contiene agencia en tanto que se vincula al ser humano y supone una extensión de este y de sus intenciones. Si se retoma el caso de los soldados de Pol Pot, las armas pasan a ser una extensión humana que reconfigura al sujeto y lo hace "otra cosa diferente". Sin embargo, en esta transmisión de agencia y lógica transformadora, no se reconoce una fuga de intención en el arma: el arma está construida para unos fines de guerra y, al proporcionársela al humano y al portarla, este se transforma en un "hombre de guerra", encarna esos valores y esa identidad condensada en la intención creadora de la máquina. Esta agencia del arma para reconfigurar al sujeto no contiene fugas y transportaría una narrativa humana materializada en ese objeto. Sin embargo, "la TAR es simplemente la teoría social que ha tomado la decisión de seguir a los nativos, sin importar a que embrollos metafísicos nos conduzcan"<sup>54</sup>. Ello implica que no hay un punto de anclaje claro de la agencia y que los objetos se entienden como mediadores y no únicamente como intermediarios<sup>55</sup>; su agencia contiene las narrativas e intenciones humanas, pero no únicamente estas<sup>56</sup>. En el propio uso de la palabra "agencia", Latour ya genera una provocación y crítica hacia un asociacionismo bajo las intenciones o significado y hace performar al término bajo un uso del mismo en torno a una dimensión ontológica relacional que no niega las anteriores, sino que las acopla a otras dimensiones no reconocidas por los estudios sociales como agencia. Hacer performar al término agencia consigue elaborar una crítica al marco general que nos impide contemplar la acción fuera del ámbito humano y partir de algo comprensible (dimensión social de la acción) para acoplarla a otras cosas y descomponer esas divisiones de formación de la acción, hacer la agencia más híbrida.

<sup>54</sup> Cf., *ibid.* p. 94.

<sup>55</sup> Término ya problematizado con anterioridad en esta investigación.

<sup>56</sup> "Para que la antropología se vuelva simétrica (...) debe absorber lo que Michel Callon llama principio de simetría generalizada: el antropólogo debe situarse en el punto intermedio donde puede seguir a la vez la atribución de propiedades no humanas y humanas. Le está prohibido utilizar la realidad exterior para explicar la sociedad, así como los juegos de poder para dar cuenta de lo que moldea la realidad exterior. Por supuesto, también le está prohibido alterar el realismo natural y el sociológico utilizando 'no sólo' la naturaleza sino también la sociedad, para conservar las dos asimetrías de partida, al tiempo que disimulan las debilidades de una bajo las de la otra". Bruno LATOUR, *Nunca fuimos modernos*, p. 143.

Las propuestas de ambos se pueden aterrizar en el análisis de dos de sus propuestas: la división del índice, prototipo, artista y destinatario por parte de Gell, y el Parlamento de las Cosas propuesto por Latour. Aunque el primero de ellos se centre en el objeto artístico y el segundo en cualquier objeto de forma más general, al desproveer a cualquier objeto de una esencia específica que pueda relacionarse con “arte” y entender este como un efecto siempre relacional puede crearse un paralelismo entre ambas propuestas de agencias. Gell problematiza la división de arte y artefacto y dota de agencia a aquellos objetos que, independientemente de su valoración estética, están insertos en el circuito arte y en una red valorativa artística. Ello desprovee a un objeto de una preexistencia artística y marca su sentido artístico en base a una lógica relacional. Aunque Latour no se centre específicamente en los objetos artísticos, también hace un estudio relacional de los ensamblajes a los que diferentes objetos pertenecen. Este estudio es consciente de que las lógicas institucionales y espacios de arte poseen unas relaciones específicas que no son extrapolables a otros espacios. Ello entra dentro de un posible marco de estudio de la Teoría del Actor-Red: rastrear un objeto artístico en relación con las particularidades concretas de su ensamblaje. Por ello, al poder aplicar la Teoría del Actor-Red a los estudios del arte no resulta incompatible realizar un nexo entre ambos autores y su estudio de la agencia: las propuestas de estudio relacional de Latour son aplicables a los estudios del objeto artístico. Aunque una propuesta resulte muy general y otra más específica y centrada en un ámbito más acotado, Latour propone una desestabilización del marco de los estudios sociales y la sociología tradicional para, posteriormente, abordar la particularidad de los fenómenos en sus relaciones específicas. No se renuncia a una especificidad del estudio, se renuncia a un marco común y replicable en torno a la agencia. En lugar de partir de una división como la de Gell (índice, artista, prototipo y destinatario), se centra en las particularidades del objeto a la hora de desplegar unas u otras conexiones. Ello no supone menor exhaustividad, sino todo lo contrario: un mayor control de las particularidades del objeto de estudio y de los juegos de agencia. Ello conlleva no implementar un marco teórico fijo y aplicarlo milimétricamente al objeto de estudio, sino un juego de ida y vuelta en el que el marco del que se parte se transforma también alrededor del objeto de estudio: supone más una propuesta ontológica que metodológica. En un análisis de una obra de arte desde la Teoría del Actor-Red, se podrían generar infinitas divisiones para determinar el funcionamiento de la agencia del objeto artístico. Todas esas conexiones, de un modo más o menos notorio, aportan información sobre la agencia del objeto y del resto de objetos del entorno. Aunque el arte en un contexto moderno y occidentalizado juegue en un marco común y se compartan unas bases a la hora de categorizar un objeto artístico como tal, existen particularidades no replicables que intervienen a la hora de estudiar la agencia del objeto artístico. Por ejemplo, en una relación “Índice A—> Destinatario P” factores como la iluminación, el número de gente, la climatización o ruido en la sala, las noticias de la semana, la

ciudad en la que se expone, el espacio de exposición, el coste de la exposición, entre otros, pueden afectar a la forma cualitativa en la que el sujeto se detiene ante la obra y la percibe, en la conformación de la propia categoría de “paciente” que Gell<sup>57</sup> señala. Aunque mucha de esa experiencia se gestiona “fuera de la obra” desde el comisariado museístico, infinitos aspectos que condicionan la experiencia del destinatario, en este caso, no son contemplados<sup>57</sup>. Aunque el ejemplo proporcionado pueda resultar el más intuitivo y se haya elegido para ilustrar el caso de la forma más sencilla, se puede aplicar a cualquiera de las otras divisiones realizadas por Gell. Por ejemplo, en la relación “Destinatario A —>Artista P” se enuncia que el destinatario causa las acciones del artista, por ejemplo, bajo una relación de mecenazgo. No obstante, aunque se realice un encargo muy concreto, esa demanda o exteriorización del deseo posee fugas y muchos otros agentes entran en juego: lenguaje y forma en la que se comunica el encargo, moda artística del momento, referentes y educación artística del autor, lugar en el que pinta, materiales a emplear, horas de sueño, situación del mercado del arte, legislación, etc. Como ocurre en el caso anterior, el efecto del agente sobre el paciente está mediado por una red compleja. Centrarse en una relación concreta de la red para desplegar, posteriormente, otras redes de participantes, es útil y favorece la clarificación de un sistema concreto. Sin embargo, reducir la complejidad de un sistema a la relación más visible y directa de este resulta incompleto bajo la propuesta latouriana. Ante la complejidad de los híbridos no es suficiente pensar en términos de una democracia solo como régimen entre personas; debe ampliarse, extenderla hacia las cosas, “[...] remplazar la loca proliferación de los híbridos por su producción regulada y decidida en común. Acaso sea tiempo de volver a hablar de democracia, pero de una democracia extendida a las cosas mismas. Ya no deben poder hacernos otra vez la jugada de Arquímedes”<sup>58</sup>.

## 7. CONCLUSIONES

A lo largo de este artículo se ha pretendido construir una caja de herramientas para trabajar la noción de agencia, que afecta a la reflexión sobre el individualismo y la atomización. Se sugiere que la discusión sobre estos debates contemporáneos debe trasladarse hacia la forma en la que el individuo se encuentra ensamblado y en los actores intervinientes en esa red, los cuales sitúan, configuran y proporcionan de forma conjunta un papel u otro a ese sujeto y construyen ese proceso de individuación. Desde la postura de Gell se abren

<sup>57</sup> Es pertinente volver a señalar la problematicidad de la categoría “paciente” en lo que se refiere a la suspensión de la agencia de un modo tan higienizado. Ello no implica que no se reconozcan juegos de fuerzas más visibles y notorios que otros, pero ello no implica la anulación de la capacidad agente.

<sup>58</sup> Bruno LATOUR, *Nunca fuimos modernos*, p. 207.

posibilidades para contemplar el objeto como ente con capacidad de afectación y no únicamente como producto de un sistema, pero su postura no es radical ontológicamente al no liberar esa agencia del objeto por completo. Cabe mencionar que, aunque la discusión y comparación de la investigación se incline de forma más decidida hacia la postura latouriana, conviene atender al apresuramiento de la misma a la hora de resolver mediante una propuesta teórico-filosófica lo que es en buena medida un problema histórico-material. De este modo, varios de los puntos que se han señalado como insuficiencias en Gell pueden releerse y favorecer una lectura que aporte elementos críticos para problematizar las ambiciones y límites de la propia ontología relacional de Latour.

El concepto de “trampa”, tanto en el ámbito artístico como fuera de él, facilita ver esa capacidad o ausencia de agencia transformadora del individuo; la red en la que se encuentre modificará tanto su autopercepción como su acción, rechazando abordar ambas cuestiones en dependencia con parámetros estáticos. Discutir nociones como “índice” o “mediador” desde el pensamiento de Gell y Latour permite pensar al individuo desde un criterio compositivo en tensión constante con aquello que compone el ensamblaje y las relaciones entre los distintos actores que forman parte de él. No se trata de enfrentar la idea de individuo y comunidad, sino el disolver la solidez de ambas categorías para aproximarnos al problema propuesto desde una lógica compositiva. El individuo es efecto y causa del ensamblaje en el que se halla; para emitir juicios normativos debe atenderse de forma pormenorizada a la composición de ese ensamblaje y a sus juegos de fuerzas, en lugar de abordarlo desde grandes categorías como individuo o comunidad, las cuales favorecen cámaras de eco y polarización entre sus usuarios.

No es posible separar individuo de comunidad ni comunidad de individuo, por lo que entender su funcionamiento conjunto en diferentes situaciones permite delimitar en mayor medida la conversación que se pretende inaugurar. Al proponer que el sujeto no es el único dueño de la agencia se trazan múltiples conexiones bidireccionales desde el individuo; en lugar de posicionar la idea de individualismo como “buena” o “mala”, se apuesta por deshacer la dicotomía y generar herramientas que favorezcan la composición de conexiones en red, el descubrimiento de nuevos actores o un otorgamiento del poder de una forma más precisa y consciente de las direcciones y cambios que resitúan constantemente al individuo. No es objetivo de este artículo, no obstante, encargarse de la dirección normativa ni de cómo situar al sujeto, pero sí formular nuevas propuestas ontológicas desde las que abordarlo.

Marta Sánchez Viejo  
Universidad Isabel I  
Calle de Fernán González, 76  
09003 Burgos  
marta.sanchez9264@ui1.es