

Il contributo dell'Actor-Network Theory alla discussione sull'agency degli oggetti

Paolo Volonté

The contribution of Actor-Network Theory to the discussion on the agency of the objects

In recent decades, the role of objects in the determination of social situations has attracted the attention of various disciplinary approaches, from anthropology to sociology, to the theory of design. In this regard, it has been widely suggested that thorough understanding of social phenomena requires acknowledgement that also objects – under certain conditions – have agency, i.e. the capacity to produce autonomous and unexpected effects in their surroundings. The Actor-Network Theory of Bruno Latour is a potentially very important theoretical source for this debate. This article reconstructs the contribution of Latour's theory to the discussion on the agency of objects by addressing three matters in particular. Latour's theory is presented in the context of the debate on the agency of objects in order to highlight its original contribution. The roots and evolution of the Latourian position on agency of objects is reconstructed within the broader framework of the Actor-Network Theory, because Latour's theory has undergone constant change and specification over the years since its original formulation. The article concludes by reflecting on an issue that Latour's contribution does not help to resolve: the correct definition of the role performed by the phenomenological intentionality of humans in determining the agency of objects.

Keywords: Actor-Network Theory, agency of the objects, material culture, social agency, sociological phenomenology.

I. Introduzione

Negli ultimi decenni del secolo scorso l'astrofisica ha ipotizzato l'esistenza di materia nell'universo non direttamente osservabile. Tra l'80% e il 90% della materia necessaria per spiegare il moto delle galassie sarebbe infatti "materia oscura", non ancora rilevabile attraverso

so gli strumenti di cui disponiamo. La differenza tra la massa postulata dal modello e quella osservabile fu chiamata la “massa mancante” dell’universo, e da allora numerose ricerche si sono indirizzate verso l’individuazione di tale massa mancante, chi pensando di trovarla nei buchi neri (oggetti celesti così densi che la loro forza di gravità non lascia sfuggire nemmeno la luce), chi nei neutrini (particelle prive di carica così piccole da non essere rilevabili attraverso gli usuali strumenti di ricerca).

In uno dei suoi saggi più famosi, Bruno Latour (2006) applica la metafora della massa mancante al mondo sociale. Egli ritiene infatti che l’insieme dei soggetti sociali agenti e delle forze visibili attraverso gli strumenti della sociologia (i cosiddetti legami sociali) non possa rendere conto adeguatamente dell’ordine che governa il mondo umano. Vi deve essere anche qui qualche materia oscura, una massa mancante capace di spiegare come mai le azioni individuali e collettive si coagulino in ciascun momento in quel modo specifico, a fronte del potenziale caos di azioni sociali incompatibili.

È in questo modo che il tema dell’agency degli oggetti trova spazio e legittimità nella teoria sociale di Latour, e da quella teoria trae ulteriori spunti di approfondimento. Gli oggetti, o per meglio dire i non-umani (che includono uno spettro di entità molto più vasto dei meri oggetti materiali, come mostrato da Sayes 2014), sono per Latour le masse mancanti dell’universo sociale, e possono esserlo nella misura in cui non costituiscono, come siamo abituati a pensare, una materia inerte a nostra disposizione per l’articolazione delle relazioni, ma sono soggetti attivi nei processi di associazione e continua “ri-associazione” (Latour 2005a, 7) delle realtà sociali. È solo grazie ai non-umani, e alla loro capacità di produrre autonomamente effetti, che tante situazioni sociali prendono una certa forma e riescono a stabilizzarsi in quella forma nonostante le molte forze divergenti cui sono continuamente sottoposte (cfr. anche Pels, Hetherington e Vandenberghe 2002, 2).

In questo modo Latour prende le distanze da molte teorie tradizionali sul ruolo degli oggetti nel mondo sociale (cfr. per es. Latour 2002), spesso improntate a un approccio marxista¹. Ciò che le ac-

¹ La teoria marxiana della contrapposizione tra valore d’uso e valore di scambio, almeno per come si presenta nel *Capitale* (Marx 1964, 67-115), si basa sul rapporto che intercorre tra l’oggetto e il lavoro necessario a produrlo. Nella sua essenza l’oggetto è un *prodotto*, e ciò che gli accade dopo l’immissione nel mondo è rilevante solo in

comuna è un assunto di tipo *antropocentrico*: le cose sono materia bruta cui qualcuno (un soggetto umano) ha dato una forma specifica in funzione di una propria esigenza di qualche tipo. Considerate in se stesse, esse non sono interessanti, perché entrano nel mondo degli esseri umani solo come arredo, come cornice delle interazioni sociali. Ciò che rende le cose interessanti è l'essere umano, il fatto che questi le utilizzi in qualche modo. Che le usi, per esempio, come merci di scambio, cioè per produrre e scambiare ricchezza (e conservare in tal modo privilegi e disuguaglianze). Oppure come simboli di status, per produrre e comunicare appartenenza di classe (e riprodurre, in tal modo, relazioni di potere costituite; cfr. Baudrillard 1972; 1976, 89-104). O, infine, come artefatti della cultura materiale, per consentire la celebrazione dei rituali che strutturano la vita di tutti i giorni mettendo ordine nelle relazioni sociali, nell'uso dello spazio e del tempo, nei consumi alimentari ecc. (cfr. Douglas e Isherwood 1984; Apter e Pietz 1993; Dant 1999, 40-59; cfr. anche Latour 2005b). In questi approcci gli oggetti sono interessanti solo in quanto portavoce dei pensieri, delle azioni e delle relazioni umane che hanno dato loro vita. La loro agency non è riconosciuta.

L'Actor-Network Theory di Latour non è il solo approccio teorico contemporaneo a tematizzare il ruolo degli oggetti nella determinazione delle situazioni sociali. Questa visione generale si sta diffondendo nelle scienze sociali (antropologia, sociologia, teoria del design), pur restando ancora un tema di frontiera. Da diversi punti di vista e con diverse accentuazioni l'agency degli oggetti è stata tematizzata negli ultimi decenni (Miller 1987; Gell 1998; Pels, Hetherington e Vandenberghe 2002; Verbeek 2005; Burtscher et al. 2009; Shove, Pantzar e Watson 2012), tanto che la domanda ora passa da *se* essa esista a *che cosa* essa sia (e, conseguentemente, a *come* descriverla, cfr. Mattozzi 2009). La divergenza delle impostazioni apre il campo del *che cosa*.

In questo articolo affronto tre questioni in particolare. Provo a introdurre la teoria di Latour progressivamente, collocandola nel contesto del dibattito sull'agency degli oggetti, al fine di evidenziarne il contributo originale. Ricostruisco le radici e l'evoluzione della posizione latouriana sull'agency degli oggetti dentro la cornice più ampia

relazione alla domanda se esso venga utilizzato per soddisfare il bisogno da cui nasce o se subisca un destino imprevisto, quale quello di divenire una merce.

dell'Actor-Network Theory (d'ora in poi ANT), poiché il pensiero di Latour ha la caratteristica di trasformarsi e precisarsi continuamente nel corso degli anni a partire da un'intuizione originaria condivisa con Michel Callon e John Law. Avanzo in sede di conclusioni un accenno a quella che mi sembra la principale problematica che la discussione sull'agency degli oggetti lascia ancora aperta a valle dei contributi presentati qui, ovvero quella che a me pare l'ineludibilità del processo di costituzione di senso attraverso il quale passa ogni "incontro" di un umano con l'altro da sé, inclusi gli oggetti materiali.

Ciò che invece non ci si deve aspettare da questo articolo è una presentazione o discussione critica della teoria di Latour in quanto tale. Non mi interessa fare un esercizio di storia del pensiero, mi interessa discutere e approfondire il contributo che l'ANT offre all'armamentario concettuale di cui si dispone per cercare di tener conto del ruolo svolto da oggetti inanimati nella costituzione del legame sociale. Da questo punto di vista una ricostruzione "dall'interno" dell'ANT, che appartiene al novero degli impianti teorici "totalizzanti" (ovvero che chiedono di essere accettati nella loro completezza organica), non sarebbe d'aiuto. È più interessante cercare di capire quali contributi la riflessione latouriana possa offrire al dibattito in corso.

2. Gli oggetti hanno un'agency?

Il carattere paradossale dell'idea che anche i non-umani possiedano un'agency impone di circoscriverla con accuratezza, per evitare il rischio di cadere in discorsi meramente suggestivi.

Quello che Husserl (2010) chiamava l'"atteggiamento naturale" assume di norma l'esistenza di una distinzione marcata tra i comportamenti degli umani e quelli degli oggetti. L'uomo nella folla agisce, il sasso che rotola nella corrente no. Anche quando è trascinato dal flusso di una folla in fuga, l'umano continua ad agire accelerando, frenando, eventualmente decidendo di lasciarsi trasportare. Il sasso no. Queste assunzioni di ontologia naturale, che recano in sé l'idea implicita che l'essere umano, a differenza delle cose, sia un soggetto animato e libero di scegliere, inducono a pensare che l'agency, ovvero la capacità di agire, non sia una qualità predicabile degli oggetti inanimati. Un discorso a parte meriterebbero naturalmente gli enti animati,

i quali tuttavia, proprio per il fatto di essere animati, pongono problemi di ordine molto diverso e assai più complesso. Inoltre, non appare affatto paradossale, in atteggiamento naturale, attribuire un'agency agli animali. Perciò in questo articolo mi focalizzo esclusivamente sugli oggetti materiali, il cui caso costituisce un campo d'analisi più facilmente circoscrivibile e nel contempo più urgente.

Per liberarci delle assunzioni di ontologia naturale ma rendere conto dei fenomeni (il sasso nella corrente, la folla in fuga) dovremo affidarci a una definizione di agency sufficientemente generica da rendere intelligibile il discorso senza caricarlo di assunzioni teoriche. Faccio mia quella proposta da Laura Ahern (2001, 110): l'agency è la "capacità di agire [*to act*] mediata socioculturalmente". Due cose soltanto sono implicate in questa definizione: vi deve essere la capacità di produrre degli effetti nel mondo circostante, senza che questa sia ristretta ai soli esseri umani o animati; e non è sufficiente che tale capacità sia riducibile a catene causali materiali (altrimenti nella sua genericità il termine "agency" sarebbe semanticamente indeterminato, quasi un sinonimo di "realtà"), ma deve esercitarsi nella definizione dell'ordine sociale. Il sole mi scalda, ma ciò non basta ad attribuirgli un'agency. Il sole non è una massa mancante nella spiegazione dei fenomeni sociali.

Naturalmente questa definizione, come qualsiasi altra, non esclude la possibilità dell'uso meramente analogico del termine. Si può sempre dire che il sole, scaldandomi, agisce bonariamente e il sasso sul selciato, facendomi inciampare, malignamente; che entrambi abbiano un'agency, e perfino una personalità. Ma, appunto, qui sta il primo e fondamentale problema di qualsiasi teoria dell'agency degli oggetti. Bisogna capire se e a quali condizioni il termine agency possa essere applicato agli oggetti in maniera non metaforica, se e a quali condizioni possiamo credere veramente che essi agiscano nel mondo sociale apportandovi qualcosa di nuovo. Il nodo cruciale risiede nella genesi della capacità di agire. Nelle situazioni in cui un oggetto produce degli effetti bisogna anzitutto chiedersi: tali effetti sono forse interamente riconducibili all'azione di qualche soggetto sociale umano (individuale o collettivo) che fa uso di quell'oggetto? Se sì, non si può parlare dell'agency dell'oggetto in senso proprio. Come, per esempio, nel caso di un prodotto ben riuscito di interaction design che "fa fare" al suo utilizzatore ciò che il designer voleva che lui facesse. Il Bancomat che non ci elargisce i soldi finché non abbiamo ritirato la tesserina non

agisce in senso proprio, fa solo ciò che l'ingegnere e il funzionario di banca gli hanno imposto di fare². Qui l'agency dell'oggetto è puramente metaforica, perché interamente riconducibile all'agency del suo creatore. Ciò che l'oggetto propriamente "fa" è ubbidire docilmente alle leggi della causalità naturale, secondo le previsioni del soggetto umano che, scaltramente, ne trae profitto. L'oggetto non costituisce un *soggetto* sociale esso stesso, una massa mancante per la spiegazione del mondo sociale in cui viviamo.

Casi di questo tipo, in cui attribuiamo metaforicamente un'agency agli oggetti («il Bancomat si è mangiato il mio tesserino»), sono quindi di scarso interesse, in particolare se confrontati con l'idea che gli oggetti possano essere dotati di una loro agency in senso proprio. La teoria di Latour mette a disposizione una coppia concettuale molto utile per tematizzare questa distinzione: la contrapposizione tra intermediari e mediatori.

3. Gli oggetti come mediatori: critica dell'animismo e dell'antropomorfismo

La distinzione tra intermediari e mediatori ha avuto vastissimo successo dentro e fuori l'ANT, probabilmente anche grazie al suo carattere assai generico e suggestivo. Fa originariamente capolino nella teoria di Latour con *Non siamo mai stati moderni* (Latour 1995, 67-111) – contestualmente alla tesi di dottorato di Antoine Hennion su *La Médiation musicale* (Hennion 1991) e in contrasto con l'uso del termine "intermediario" da parte di Callon (1991) –, per diventarne poi un caposaldo concettuale. La definizione più esplicita e più nota si trova in *Reassembling the Social* (Latour 2005a, 37-42).

Latour (2005a, 39) chiama "intermediario" ciò che "trasporta il significato o la forza senza trasformazioni", sicché una volta definito l'input se ne conosce anche l'output. Viceversa, un mediatore trasforma ciò che "trasporta" (il significato, la forza o qualsiasi altra cosa), il suo output non può essere interamente predetto sulla base dell'input.

² Perciò le teorie del Persuasive design (Fogg 2003) e simili (Lockton, Harrison e Stanton 2010) non sono in grado di descrivere adeguatamente l'agency degli oggetti, né di tenerne conto in fase progettuale.

In entrambi i casi parliamo di un termine medio tra due situazioni successive, ma nel primo caso evidenziamo che il termine medio è un mero strumento di collegamento tra gli estremi (la nave che trasporta della merce da un porto all'altro), nel secondo caso evidenziamo che il termine medio fornisce un impulso di trasformazione al processo (il mercante che con la sua nave trasferisce la merce dal produttore al consumatore mediandone prezzo, quantità, significati, tempistica). La distinzione serve per comprendere la diversa funzione che può svolgere una qualsiasi entità che si trovi a mediare tra due altre entità, per esempio il computer attraverso il quale leggo i messaggi di posta elettronica che ricevo da un collega. Esso può scomparire sullo sfondo, svolgendo il proprio lavoro esattamente come previsto e quindi divenendo apparentemente irrilevante rispetto al mondo circostante. Oppure può accadere che qualcosa non funzioni per il verso giusto, che il computer non si comporti come atteso, che a causa di un virus i messaggi mi arrivino interrotti o senza allegato. Ora esso svolge il proprio lavoro in un modo molto diverso, l'output non corrisponde più all'input, e la sua presenza si fa non solo percepibile, ma anche ingombrante. Necessita un certo lavoro da parte nostra, e spesso anche di altri soggetti, per essere ricondotto nell'alveo tranquillo della pura intermediazione (che quindi, per inciso, è sostanzialmente l'opposto del lavoro di "intermediazione" descritto da Bourdieu (1983) a proposito degli intermediari culturali)³.

Nell'ANT questa coppia concettuale svolge una funzione assai più complessa di quella descritta qui⁴. Come strumento concettuale, tuttavia, essa ha il pregio di agevolare la distinzione tra agency in senso proprio e agency in senso metaforico. Infatti possiamo ora dire che un oggetto possiederà un'agency in senso proprio (ovvero una capacità di incidere autonomamente sul mondo sociale) solo nella misura in cui sia *mediatore* dentro ai flussi d'azione che lo coinvolgono. Gli oggetti intermediari producono bensì degli effetti sul mondo circostante, ma

³ Il caso del guasto è solo una delle tante situazioni in cui l'agency degli oggetti può palesarsi con maggiore evidenza. Latour (2005a, 79-82) cita per esempio anche le innovazioni, gli oggetti eccentrici, gli archivi di memorie e l'uso della finzione.

⁴ In estrema sintesi, l'ANT mette in evidenza come ogni oggetto tecnico svolga di fatto sempre un'attività di mediazione, e contribuisca quindi all'agency dei collettivi, salvo stabilizzarsi a volte (come nel caso del computer ben funzionante) in forme in cui il lavoro di mediazione diviene invisibile, racchiuso in una "scatola nera" apparentemente riducibile al ruolo di mero intermediario.

solo perché trasmettono in maniera inerte azioni intraprese da altri soggetti. Se un oggetto comunica l'impressione di intermediare meramente l'azione di soggetti umani, l'ascrizione di agency sarà soltanto metaforica. Senza il computer non potrei ricevere le email, ma non è il computer a scriverle – mentre è il computer a produrre la loro distorsione in caso di malfunzionamento. Nel primo caso non possiamo parlare di un'agency dell'oggetto, ma solo di una sua inclusione in una catena materiale di cause ed effetti. Solo nel secondo caso il tema dell'agency può essere sollevato.

Ricondurre l'agency degli oggetti (in senso proprio) al concetto di mediazione, prescindendo per ora dai contenuti dell'ANT, serve anzitutto ad accantonare il rischio, denunciato da alcuni commentatori (cfr. Schaffer 1991), di assumere surrettiziamente posizioni animiste, cioè che “animano” gli oggetti attribuendo loro delle intenzioni analoghe a quelle umane. Gli autori dell'ANT sono molto chiari nel rifiutare tale posizione (cfr. Latour 2006, 93-95 e 101-106; Callon e Latour 2001, 261). Grazie all'idea di mediazione possiamo pensare che gli oggetti abbiano un'agency in senso non meramente metaforico, senza con ciò dover ipotizzare che essi abbiano una vita, un'anima, un'intenzionalità.

Inoltre, ricondurre la questione dell'agency degli oggetti alla distinzione tra mediatori e intermediari serve anche ad accantonare il rischio dell'antropomorfismo, ovvero di far dipendere l'agency da una somiglianza di qualche tipo tra gli oggetti e l'essere umano. Nella definizione di mediatore, infatti, non è contenuto alcun riferimento a tale somiglianza, né il computer infettato è più simile all'umano del computer sano. Anche a questo proposito, Latour insiste molto nel separare il tema dell'agency da quello degli attori figurativi (cfr. Latour 2006, 94-95 e 101-106; 2005a, 53 e 57-58). L'agency è la capacità di agire in maniera non interamente riconducibile agli input della propria azione, non è la capacità di agire in maniera analoga a come agirebbe un umano.

4. L'approccio fenomenologico e la teoria dell'oggettificazione

L'idea che gli oggetti possano essere dotati di agency in senso proprio nasce contestualmente a una revisione del ruolo che è stato tradizionalmente dato alla cultura materiale dalle discipline antropologiche. In esse, l'oggetto è stato a lungo concepito e raccontato come rappresentante di una cultura umana che lo ha prodotto e utilizzato. Sia sul versante dell'antropologia culturale sia su quello archeologico gli oggetti sono stati considerati espressione di condizioni sociali che per loro tramite potevano essere ricostruite (Bonnot 2009). A partire dal celebre saggio di Kopytoff (2005, ed. or. 1986) agli oggetti è stata riconosciuta bensì una "biografia", ma tale biografia è stata spesso intesa come il mero effetto delle vicende umane in cui essi erano incappati. La loro capacità di "trasportare" significati da un mondo antico o lontano alla mente dello studioso occidentale assomigliava molto alla finta agency di un intermediario⁵.

Fu Daniel Miller (1987) a distaccarsi per primo da questa concezione "semiotica" della cultura materiale e a intuire che il ruolo degli oggetti nel mondo sociale può essere ben più rilevante. Gli oggetti, per lui, non si limitano a significare qualcosa, ma sono anche in grado di fare, ovvero di produrre degli effetti, esercitare un influsso sulle persone. Essi devono questa caratteristica alla loro doppia costituzione, materiale e simbolica allo stesso tempo. Un oggetto di cultura materiale è sempre anche l'espressione di universi simbolici, quello della cultura che lo ha prodotto, ma anche quello del suo utilizzatore, dell'osservatore, dello studioso. Esso è veicolo di significati, quei significati attraverso i quali la sua funzione e la sua posizione nel mondo vengono interpretate da parte di qualcuno. Ma nello stesso tempo esso possiede anche l'"innocenza" (Miller 1987, 106) della fatticità materiale, la sua materialità offre un punto di resistenza rispetto alla variabilità illimitata delle possibili interpretazioni (una resistenza che Miller analizza per esempio in termini di tempo, spazio, funzione e stile). Se mancasse la dimensione simbolica, l'oggetto sarebbe inerte parte del mondo della causalità materiale. Se mancasse la dimensione

⁵ Per una critica in certo qual modo "post-colonialista" della teoria di Latour sull'agency degli oggetti si veda Elam (1999).

materiale, “coercitiva” in certo qual modo verso gli attori sociali, esso si ridurrebbe – in analogia con le parole – a inerte elemento di un linguaggio proposizionale, sotto il dominio di una sintassi autonoma (come ipotizzato da Baudrillard 1972). È quindi l’insieme di queste due dimensioni che rende possibile “enfaticamente il carattere costitutivo dell’artefatto, invece di trattarlo come un mero riflesso di relazioni sociali, come uno ‘specchio umano’” (Miller 1987, 112). L’artefatto è qualcosa di indipendente dai soggetti che l’hanno prodotto, posseduto, utilizzato, qualcosa che ha un posto autonomo, una funzione di mediatore nella definizione dell’ordine sociale. Funzione che esso svolge, per esempio, attraverso la determinazione del *frame* (Goffman 2001) che inquadra le azioni dei soggetti umani, la produzione delle loro disposizioni (Bourdieu 2003) ad agire in un certo modo, la riproduzione dell’ordine sociale dentro alle pratiche (Reckwitz 2002).

La valorizzazione dell’agency degli oggetti serve a Miller per spiegare come il processo di oggettificazione, interpretato hegelianamente come dialettica di estraniamento e superamento, sia socialmente creativo, ovvero stia alla base dei processi di mutamento sociale. In altri termini: è grazie all’agency degli oggetti, alla loro capacità di incorporare l’atto creativo che li ha prodotti e riproporlo in maniera a loro modo coercitiva sui soggetti stessi, che il mondo sociale continuamente si trasforma. La tunica è un pezzo di cultura materiale in cui una civiltà estrinseca se stessa, le proprie norme, i ruoli, le gerarchie sociali. Ma vale anche il contrario: crescere indossando, producendo, dando per scontate le tuniche “ci rende parte di quella società che intende se stessa come una società che indossa la tunica” (Miller 2010, 60). Gli artefatti non sono quindi semplici conseguenze dell’azione umana, ma esercitano sull’umano la propria agency, in un movimento circolare che non è necessariamente ripetitivo: il sociale si estrinseca nel materiale che, in quanto esterno e materiale, influisce sul sociale determinandone la trasformazione. Nel loro ruolo di sponda esterna del mutamento sociale gli oggetti esercitano un’agency che non può essere ricondotta alle intenzioni originarie dei soggetti sociali.

L’insistenza sulla dimensione simbolica dell’oggetto di cultura materiale introduce però una problematica nuova, che va al di là degli interessi specifici di Miller ma è intrinseca alla sua posizione teorica. La chiamerò approccio fenomenologico all’agency degli oggetti. Miller riconosce che “dato che le differenze di posizione sociale, quali

la classe o il genere, portano a prospettive diverse, anche ciò che gli oggetti evocano nella società sarà diverso” (Miller 1987, 106-107). Possiamo estendere questa considerazione e dire che il significato di un artefatto sarà sempre dipendente dalla soggettività *intenzionale* (in senso fenomenologico, questa volta) con cui interagisce. In altri termini, nella misura in cui la costituzione di senso è un processo in carico all’interlocutore (l’utilizzatore, l’osservatore) e non un fatto inscritto nell’oggetto simbolico (nel messaggio, nell’artefatto), la variabilità dell’interlocutore produce una variabilità del significato attribuito all’oggetto simbolico. Un esempio portato da Miller (2001; 2010, 91-99) può chiarire il punto. Egli descrive la propria difficoltà a effettuare delle modifiche, o anche della manutenzione ordinaria, sulla sua casa di proprietà. L’edificio liberty del 1906 esercita su di lui un potere intimidatorio dato dalla propria vetustà. È troppo simile, dice, “allo stile che ammiro grandemente ma non potrei mai sperare di imitare” (Miller 2010, 92), e questo immobilizza ogni sua velleità di rinnovamento. In questo caso, è evidente che attraverso la casa agisce in verità tutto un sistema culturale che riconosce lo stile liberty come uno stile architettonico pregiato, che deplora il kitsch, che irride gli interventi posticci sugli immobili storici. La casa non esercita un’agency propria, ma è solo l’oggetto della costituzione di senso che il suo proprietario – Daniel Miller – produce sulla base della propria cultura e della propria posizione sociale. È quest’ultima, la costituzione di senso, a produrre effetti sul comportamento di Miller stesso.

Se ora ripensiamo all’agency degli oggetti da questa prospettiva fenomenologica, la loro capacità di agire sugli umani acquisisce una tonalità nuova. L’effetto di un artefatto quando viene inserito in un contesto sociale non è prevedibile (l’output non rispecchia l’input) perché dipende da quello stesso contesto sociale in cui viene inserito, dalla costituzione di senso che *quegli* umani operano, e che per ragioni che non posso approfondire qui (cfr. Volonté 2017) difficilmente è replicabile da *altri* umani. Qui si annida, in forma nuova, la riduzione dell’artefatto a “specchio umano”, a intermediario di un’agency che risiede altrove.

5. L'agency sociale

L'ambiguità insita nell'approccio fenomenologico all'agency degli oggetti, per il quale l'oggetto acquisisce una capacità di agire perché i soggetti umani gli attribuiscono significati da cui derivano conseguenze sui loro stessi desideri e decisioni d'azione, può essere superata se si riesce a concepire questo carattere di "specchio" dell'agency degli oggetti senza che essi si riducano a meri intermediari delle relazioni sociali. A questo scopo può soccorrerci l'idea di "agency sociale" proposta da Alfred Gell in *Art and Agency* (Gell 1998). L'unico modo per apprezzare veramente la capacità di agire degli oggetti inanimati nel mondo umano senza tornare ad animarli consiste, per Gell, nel lasciare l'interesse ontologico per la natura dell'agency (intenzionale e libera) e concentrarsi invece, sociologicamente, sulle dinamiche d'interazione tra le entità del mondo sociale.

Di fatto, osserva Gell (1998, 17-18), le persone attribuiscono nella loro vita quotidiana intenzionalità e consapevolezza a degli oggetti, per esempio ai feticci e agli idoli, ma anche a oggetti tecnici come l'automobile. Quando io inveisco contro l'automobile che ha smesso di funzionare, quando mia figlia dice che la sua bambola è la sua migliore amica, noi agiamo come se questi oggetti avessero comportamenti simili a quelli umani. Spesso nella quotidianità gli oggetti acquisiscono una vita *indipendente* sia dalle catene di rapporti causali in cui sono inseriti, sia dalle agencies del mondo umano di cui fanno parte. Chiaramente, ciascuno di noi (inclusa mia figlia) è pronto a dire che "faceva finta", a riconoscere che solo metaforicamente si attribuisce agli oggetti una capacità di agire. Ma questo è irrilevante al momento dell'azione, là dove l'agency si esplica. Perché questi siano esempi significativi di un'agency degli oggetti non c'è bisogno di attribuire all'artefatto un'intenzionalità propria. Né c'è bisogno di pensare che il soggetto umano riflessivamente pensi davvero che l'oggetto abbia intenzionalità. L'importante è, invece, il semplice fatto che in questi casi il soggetto agisce *come se* l'oggetto avesse intenzionalità perché produce degli effetti nel mondo circostante, in quanto induce il soggetto a un certo tipo di azione. Se non ci fosse la bambola, la bambina non potrebbe riversare su di essa i propri sentimenti; se non ci fosse l'automobile rotta io non inveirei contro di essa; se non ci fosse il fucile di precisione, il cecchino non potrebbe uccidere la sua vittima.

In tutti questi casi l'oggetto esercita un'“agency sociale” (Gell 1998, 15-17) e diviene quindi parte attiva nel flusso delle azioni e delle interazioni. Gell non pone l'attenzione sul carattere ibrido del soggetto agente (l'uomo con l'arma), come – vedremo – fa Latour, ma sul carattere relazionale della loro agency. Per apprezzarlo è necessario abbandonare ogni riferimento all'ontologia degli agenti e mettere sotto osservazione ciò che contribuisce a determinare il flusso delle influenze reciproche, il campo di forze che contraddistingue una collettività in generale. L'agency non appartiene né al soggetto né all'oggetto nella situazione sociale, ma alla relazione che essi instaurano, e verrebbe meno sia se mancasse il soggetto, sia se mancasse l'oggetto. La questione dell'agency degli oggetti non va quindi affrontata in senso “classificatorio”, cioè con l'obiettivo di stabilire se gli oggetti abbiano “delle intenzioni, una mente, la consapevolezza, la coscienza”, ma in senso “relazionale”, cioè studiando le forze in campo quando si dipanano delle dinamiche sociali (Gell 1998, 21-22). Se spostiamo in questo modo la nostra attenzione, lo statuto ontologico di una qualsiasi entità perde rilevanza a favore della sua capacità di esercitare di fatto una forza nelle relazioni sociali. Un essere umano può smarrire completamente tale capacità, come accade quando viene totalmente mercificato (si pensi al caso dello schiavo ridotto allo stato di pura merce, descritto da Kopytoff 2005). Un oggetto, viceversa, la può acquistare.

In breve, l'agency sociale viene individuata a posteriori, in base agli effetti che essa produce, e non per le caratteristiche essenziali dei soggetti intenzionali. È attraverso la reazione degli interlocutori che riconosciamo la presenza di un agente, di un *mediatore*. Per lo sguardo interessato a spiegare i fenomeni sociali è molto più importante comprenderne le forze in campo che non lo statuto ontologico dei soggetti presenti su di esso.

6. Gli ibridi

Il modo in cui l'ANT decostruisce la concezione classica del rapporto tra soggetti e oggetti nel mondo sociale si innesta fertilemente in questo dibattito, ampliandone ulteriormente la prospettiva. Benché

il contesto teorico e disciplinare sia assai diverso, la concezione latouriana dell'agency degli oggetti si avvicina per certi aspetti all'idea di agency sociale. Scrive Latour (2005a, 59-60):

Anche se le marionette sembrano offrire il caso più estremo di causalità diretta (basta seguire i fili), raramente i burattinai si comportano come se avessero il controllo totale sui loro burattini. Essi faranno affermazioni strane, come che le marionette gli suggeriscono di fare cose che loro non avrebbero mai pensato possibili. Quando una forza ne manipola un'altra non significa che sia una causa che produce degli effetti; può anche essere l'occasione perché altre cose comincino ad agire.

Le “agenzie” del mondo sociale sono quelle entità che sono in grado di indurre qualcuno a fare qualcosa. Le marionette inducono il burattinaio a svolgere la storia in una certa direzione. Non ha rilevanza se le sue scelte siano anche determinate dalla sua propria capacità di intendere (l'intenzionalità in senso fenomenologico) e di dare un senso al comportamento delle marionette. Il punto è che senza il comportamento imprevedibile e sorprendente delle marionette le sue scelte sarebbero diverse, senza le marionette il burattinaio non sarebbe un burattinaio. Le marionette agiscono da *mediatori* dei flussi d'azione. Possiedono un'agency non perché siano dotate di capacità di volere (l'intenzionalità in senso comune), ma perché il loro comportamento “fa fare” all'umano qualcosa d'inatteso. L'agency degli oggetti non è rilevabile sul piano ontologico – o, per meglio dire, è indifferente che cosa sia rilevabile sul piano ontologico⁶. È però rilevabile sul piano delle dinamiche sociali, ed è anzi un elemento imprescindibile nella spiegazione dell'accadimento sociale (Latour 2005a, 66).

⁶ Più precisamente, identificando la mediazione come l'aspetto fondamentale che definisce le “agenzie”, l'ANT propone di fatto un'ontologia rivoluzionaria, la cui unità d'analisi non è più l'ente (l'attore) ma il costante divenire dei collettivi che di volta in volta lo fanno momentaneamente esistere (Latour 2005a, 116), come si capirà nei prossimi paragrafi. Questa “ontologia dei mediatori” è di fatto un'ontologia “a geometria variabile”, dato che le caratteristiche dell'attore (e quindi anche dell'oggetto materiale dotato di agency) sono il risultato e non la premessa della sua traiettoria attraverso le reti di associazioni che lo hanno reso tale (Latour 1995, 105-108). Si tratta di una sorta di “ontologia pragmatica, in cui le associazioni di umani e non-umani diventano percorsi conoscitivi del mondo perché lo generano con la loro azione reciproca *hic et nunc*” (Zampieri 2015, 63). È proprio per questa sua caratteristica che l'ANT aiuta a prescindere dal ricorso a un'ontologia degli oggetti materiali nel tentativo di comprendere e definire la loro agency.

L'esempio dell'uomo armato è anche per Latour (1994, 30-34) particolarmente significativo. Esso consente infatti di contrapporre i due approcci più comuni alla questione degli oggetti, quello "materialistico" (Latour 1994, 31), o anche "tecnologico" (Latour 2006, 99), e quello "sociologico" (Latour 1994, 31) o "sociologista" (Latour 2006, 99). Il primo attribuisce la responsabilità dell'omicidio alla disponibilità di un'arma mortale, il secondo alla volontà omicida della persona. La loro contrapposizione ne fa emergere la reciproca unilateralità. Per L'ANT, invece, ciascun agente nel mondo sociale, sia esso umano o non-umano, ha un proprio «programma d'azione», ovvero una propria disposizione ad agire in un certo modo, data la situazione. Per esempio, uomo-arrabbiato-che-te-la-vuol-far-pagare e pistola-sportiva sono due programmi d'azione che esistono indipendentemente l'uno dall'altro. Un programma d'azione spesso incontra un ostacolo che ne interrompe l'esecuzione: la pistola al poligono può incepparsi, l'interlocutore a cui la si vuol far pagare può essere fisicamente più forte di noi. Spesso accade allora che l'agente compia una deviazione per aggirare l'ostacolo, cioè che "arruoli" (Callon e Latour 1981, 211; cfr. Law 1983) un altro agente con un suo proprio programma d'azione per ottenere gli scopi prefissati. L'uomo arrabbiato può arruolare una pistola sportiva funzionante. In verità, quando due agenti si associano non è stabilito in anticipo chi arruoli chi. L'azione può andare in entrambe le direzioni. Ma di solito ciò che ne scaturisce è un terzo agente dato dalla somma dei due, ovvero «complesso», con un nuovo programma d'azione diverso da entrambi i precedenti.

Ciò che contraddistingue questa descrizione latouriana dell'agency degli oggetti è la sua pretesa di validità, che si estende all'intero mondo umano in quanto mondo tecnologico. Nel nostro caso semplificato dell'uomo armato, per esempio, il nuovo agente è la somma di un umano e un non-umano, vale a dire un "ibrido" (Latour 1994, 33). Ma un ibrido raramente si riduce a una mera composizione di un umano e un oggetto materiale. Un ibrido, cioè l'agente nell'istante in cui agisce, si compone di solito di un numero imprecisato di umani e non-umani, inclusi tra questi oggetti, animali, teorie, processi, entità spirituali o divine e, in generale, qualsiasi entità che di fatto, nella situazione, agisca come mediatore.

Allargando lo sguardo, il mondo sociale è costituito da una quantità di ibridi che agiscono in quanto ibridi, e che in quanto ibridi indu-

cono altri soggetti (altri ibridi) a intraprendere le loro azioni. Il corpo vestito è un ibrido, e questo semplice esempio è sufficiente a capire quanto pervasiva sia nella vita delle persone la situazione di agency che ho descritto. Il mondo umano è *in quanto tale* un mondo tecnologico, cioè un mondo di ibridi – così come il mondo tecnologico è *in quanto tale*, in quanto popolato di artefatti (cioè oggetti progettati), un mondo di ibridi. Ma per cogliere appieno questo punto è necessario tornare brevemente alle origini dell'ANT e al concetto originario di attore-rete.

7. L'attore-rete

Benché Latour faccia risalire le origini dell'ANT alla seconda metà degli anni Ottanta del secolo scorso⁷, il nucleo originario della teoria va ricercato nell'incontro tra Latour, Callon e Law nei primissimi anni del decennio (cfr. Callon 1981; Callon e Latour 1981; Callon e Law 1982; Law 1982; Law 1983; Latour 1983).

“Unscrewing the big Leviathan” è forse la prima pubblicazione in cui compare l'idea esplicita dell'attore-rete (Callon e Latour 1981, 280). In essa i due autori francesi sollevano la questione fondamentale del passaggio dai micro ai macro attori sociali: come possono i macro attori sociali (organizzazioni, partiti ecc.) scaturire dai semplici individui? Come è possibile che gli esseri umani agiscano “come un sol uomo”? (Callon e Latour 1981, 279). La domanda era stata originariamente sollevata da Hobbes nel capitolo XVI del *Leviatano* (Hobbes 1976, 155-160), e da lui risolta attraverso i concetti di rappresentanza e di autorità: un attore sociale collettivo prende corpo quando si riconosce in un rappresentante delegato ad agire in suo nome, a “impersonarlo”⁸. Callon e Latour prendono spunto da qui per allargare

⁷ Latour (2005a, 10-11), pur riconoscendo l'importanza della “sociologia della traduzione” elaborata da Callon a partire dal 1980, sostiene che l'ANT nasca nel 1986-1988, ovvero sostanzialmente con *Power, Action, and Belief* (Law 1986) e la traduzione inglese di *Les microbes* (Latour 1988).

⁸ “Una moltitudine di uomini diventa *una* persona, quando è rappresentata da un uomo o da una persona, per modo che diventi tale con il consenso di ciascun particolare componente la moltitudine. Infatti è l'*unità* del rappresentatore, non l'*unità* del rappresentato che fa *una* la persona, ed è il rappresentatore che sostiene la parte

lo sguardo rispetto al concetto tradizionale di attore sociale collettivo (o macro) e mostrare come il meccanismo della delega a un portavoce agisca a ben vedere universalmente nella determinazione degli attori. Tutti gli attori sono in verità dei collettivi, e quindi tutti sono riconducibili a una struttura di attore-rete.

Anzitutto, essi dicono, un macro attore nasce nel momento in cui un micro attore opera una riconversione delle volontà d'azione di altri micro attori nella propria. Ovvero, con terminologia successiva, quando egli riesce a far fare ad altri deviazioni dal loro originario programma d'azione verso il proprio. Non dobbiamo necessariamente pensare a una strategia razionale o consapevole. Di fatto, però, molte volte accade che le volontà d'azione di attori diversi, in maniera improvvisata e improvvisa (Law l'ha definita un *lash-up*, stando a quanto riferito da Harvey Molotch 2005, 337), convergano verso quello che era l'obiettivo di uno o più degli attori in gioco. Questa riconversione delle volontà d'azione viene chiamata, come già in Callon (1981), una *traduzione*: "Per traduzione intendiamo tutte le negoziazioni, gli intrighi, i calcoli, gli atti di persuasione e quelli di violenza grazie ai quali un attore [...] conquista o fa in modo che gli sia conferita l'autorità di parlare o agire in vece di un altro attore" (Callon e Latour 1981, 279). Negli scritti successivi si perderà questo accento volontaristico e quasi strategico dell'atto di traduzione, ma resterà il significato fondamentale ereditato dalla filosofia di Michel Serres (1974): per traduzione s'intende un atto di traslazione (o dislocamento) dei programmi d'azione di due o più attori tale da creare un legame prima inesistente che produce un nuovo attore con un nuovo programma d'azione (Latour 1994, 32; cfr. Latour 1998, 145 ss.). Al micro attore che opera questa traduzione viene quindi "conferita l'autorità di parlare" in vece degli altri. Egli diviene *portavoce* di una rete di altri micro attori. È a questo punto che la rete riesce ad agire "come un sol uomo", e quindi a divenire un macro attore sociale.

I macro attori sono reti di micro attori tenute insieme da un portavoce capace di farli agire come un attore unico e unitario. In ciò risiede la loro agency. Ciascun macro attore, nella misura in cui agisce come un sol uomo, funziona ai fini delle dinamiche sociali esattamente

della persona e di una persona soltanto; l'*unità* in una moltitudine non può intendersi in altro modo" (Hobbes 1976, 159).

alla stregua di un micro attore. È anch'esso arruolabile in una nuova rete tenuta insieme da un nuovo portavoce (che a sua volta può essere un micro o un macro attore). Visto dall'esterno, nessun macro attore è distinguibile da un micro attore, sono tutti nodi di un'unica rete. Se invece guardiamo dentro a quelli che abbiamo chiamato sin qui micro attori, gli individui, noteremo che anch'essi sono già delle reti di attori. Ciascun individuo non è un soggetto sociale senza aver arruolato in sé una rete di altri attori: l'autore di un articolo scientifico sull'ANT non potrebbe mai agire in quel modo senza una rete di co-attori che gli consentono di farlo, cioè senza disporre di un computer, di un tavolo su cui appoggiare il computer, di un designer che abbia progettato quel tavolo e di un'azienda che l'abbia prodotto, senza una biblioteca ben fornita e ben gestita, senza essere stato esposto a lungo alla terminologia, alle frasi fatte, ai cliché mentali dell'ANT, che sono anch'essi attori della rete, senza una rivista disposta a pubblicarlo, senza un pubblico potenziale di lettori (cfr. Latour 2005a, 204-213).

Esiste quindi per l'ANT un isomorfismo tra tutti gli attori sociali. La distinzione tra micro e macro si riduce a una questione di dimensioni, che però non hanno nessuna ripercussione sul modo in cui gli attori sono e agiscono. Sempre si tratta di reti tenute insieme da un portavoce. Sempre hanno la medesima forma. Tutte le reti agiscono come attori, tutti gli attori possono agire perché sono complessi. Qui nasce il nome "actor-network" con il trattino di congiunzione, che indica l'indistinzione tra l'attore e la rete, l'inesistenza di agenti che non siano complessi e ibridi. La stessa distinzione tra micro e macro, introdotta da Callon e Latour a fini euristici, va superata.

8. La sociologia delle associazioni

Il mondo dell'ANT è quindi un mondo in cui enti e individui, siano essi soggetti umani o oggetti materiali, si dissolvono nel campo delle mere apparenze per lasciar posto a collettivi ibridi di umani e non-umani strutturati alla maniera dell'attore-rete, in continua trasformazione nella misura in cui il processo di traduzione dei programmi d'azione non ha mai sosta.

L'esito dell'ANT è, per il nostro tema, sorprendente. Per spiegare in che senso gli oggetti abbiano un'agency siamo giunti a cancellare gli oggetti dalla geografia sociale. La stessa distinzione tra umani e non-umani è servita a solo scopo euristico, perché l'attore-rete è "*qualcun altro*, l'attore ibrido" (Latour 1994, 33). Di più: perfino l'idea di ibrido si rivela provvisoria, in quanto implicherebbe che i suoi composti possano essere univocamente ricondotti alle categorie di umano e non-umano. Il saggio sulle masse mancanti si conclude indicando la nuova direzione.

È che la società stessa deve essere ripensata da capo a piedi quando a essa aggiungiamo i fatti e gli artefatti che costituiscono ampi settori dei nostri legami sociali. Ciò che appare al posto dei due fantasmi – società e tecnologia – non è semplicemente un oggetto ibrido, un poco di efficienza e un poco di socializzazione, ma un oggetto *sui generis*: la cosa collettiva (Latour 2006, 119).

Il collettivo, l'associazione (l'attore-rete), diviene quindi la vera sede dell'agency sociale, l'unico agente riconoscibile quando si volge lo sguardo verso le dinamiche sociali. Su questo aspetto il pensiero di Latour si è andato affinando e precisando negli anni, fino al quadro sintetico offertone in *Reassembling the Social* (Latour 2005a). Nel suo nucleo, esso vede il sociale come un oceano di attori-rete provvisoriamente stabilizzati in una certa forma che sciamano continuamente verso la costituzione di nuovi attori-rete. Va superata l'idea che le reti siano entità statiche, delimitate, esclusive. Questo è il limite che lo stesso Latour (2005a, 128-133) riconosce nell'espressione "attore-rete". Non esistono aggregati sociali stabili, ma solo il continuo agire degli attori che mirando ai propri obiettivi finiscono di volta in volta per aggregarsi in reti destinate presto a dissolversi sotto la pressione di reti concorrenti. Soltanto l'azione continua di coltivazione e rinforzo di un aggregato lo stabilizza, ma solo per il periodo in cui si svolge: "[S]e non fai il festival ora, se non stampi il quotidiano oggi semplicemente perdi il raggruppamento, che non è un edificio da restaurare, ma un movimento che ha bisogno di essere proseguito. Se il ballerino smette di ballare, la danza è finita" (Latour 2005a, 37).

Lo stesso attore individuale, il soggetto responsabile, assume la forma di rete, come visto sopra: l'individuo è reso individuo da uno sciame di altre agencies che lo fanno essere tale, che lo rendono ciò

che egli è (Latour 2005a, 213). Ciascuna delle quali è l'emergenza di uno sciame di agencies ulteriore.

9. Il posto degli oggetti

Nell'ANT, quindi, cambia totalmente la teoria dell'azione. Ad agire sono i mediatori in una catena di relazioni, ma i mediatori non vanno identificati con degli enti, bensì con associazioni di altri mediatori. Che fine fa allora l'agency degli oggetti? È stata solo un'idea transitoria per tragittare il pensiero verso la comprensione della sociologia delle associazioni? Latour non affronta esplicitamente questo tema, ma il fatto che nella sua teoria il riferimento agli "oggetti" in contrapposizione alle "persone" continui a comparire anche laddove egli è giunto a descrivere come sia possibile elaborare una descrizione del mondo sociale che faccia leva sull'idea di collettivo anziché su quella di società (cfr. Latour 2005a, 232-241), cioè quando il pensiero è ormai approdato alla sociologia delle associazioni, solleva il sospetto che il riconoscimento di un'agency degli oggetti non sia solo un passaggio transitorio. È necessario aggiungere qualche considerazione a questo proposito, per mostrare tra l'altro che il contributo dell'ANT alla discussione sull'agency degli oggetti resta importante anche una volta compiuta la svolta della sociologia delle associazioni.

Se è vero che gli attori-rete sono sempre delle reti, cioè dei collettivi, delle associazioni di altri attori-rete, è anche vero che essi sono al contempo degli attori, ovvero reti che convergono verso una manifestazione determinata, un portavoce riconoscibile. Sono queste entità che rendono possibile la concretizzazione dell'agency delle associazioni, che altrimenti resterebbe un'idea astratta. Esse possono essere entità umane (persone, gruppi, organizzazioni) o non-umane (cose, divinità, animali, microorganismi ecc.). Sono quasi-soggetti e quasi-oggetti, perché il loro carattere di assemblaggi le rende irriducibili ai concetti di soggetto e oggetto. Eppure continuano a esercitare un'agency puntuale in quanto mediatori che partecipano alle associazioni. Questo ha due conseguenze principali.

Sul piano etico-politico, l'ANT non è una visione deterministica del comportamento umano. La ricostruzione degli innumerevoli legami che costituiscono la rete di un individuo in ciascun momento della

sua vita non porta a negare la sua libertà d'azione, e quindi la sua responsabilità, perché non si tratta della ricostruzione di cause deterministiche dell'azione, ma di mediatori senza i quali l'azione non si svolgerebbe così come si svolge, presenze che influiscono sull'azione e senza delle quali l'azione sarebbe inspiegabile. Da questo punto di vista, più è vasta e complessa la rete di un individuo più egli si rende libero dall'asservimento a singole fonti della sua azione (Latour 2005a, 216-218). La complessità dei vincoli che influiscono sul nostro comportamento è una garanzia della nostra libertà d'azione.

La seconda conseguenza è per il nostro tema più importante. Le associazioni sono per loro caratteristica estremamente fluide e in costante evoluzione. Ciascun attore è arruolato in ogni momento in una molteplicità di reti; ciascuna rete è determinata in ogni momento solo dal darsi di un portavoce che la fa valere come rete, come entità unitaria. Se il portavoce perde la sua forza unificante, la rete cessa di agire unitariamente. Ma il potere del portavoce si spiegherebbe difficilmente se dovesse basarsi esclusivamente sui legami sociali tra umani, che sono troppo deboli e volatili per garantire stabilità e durata al collettivo. I legami sociali non hanno inerzia, nella visione di Latour (2005a, 66), e vanno continuamente rinegoziati. Gli umani hanno un comportamento "erratico" (Latour 2006, 89). Perciò un collettivo può (momentaneamente) stabilizzarsi solo nella misura in cui fa massicciamente ricorso ai non-umani, "entità che non dormono e associazioni che non si rompono" (Latour 2005a, 70). La materialità dei non-umani, grazie alla propria resistenza, conferisce loro una posizione privilegiata nella stabilizzazione dei fenomeni sociali, tanto che quando li si espelle dall'interpretazione dei fenomeni questi diventano incomprendibili (cfr. Latour 1995, 135). In questo l'ANT giunge a conclusioni simili a quelle avanzate da Miller, come visto sopra, e dalla teoria delle pratiche (cfr. Reckwitz 2002; Shove, Pantzar e Watson 2012).

Al fondo della sociologia delle associazioni riemergono dunque gli oggetti come attori delle dinamiche sociali. Essi possiedono un'agency in quanto collettivi complessi, non diversamente da ogni altro attore. Sono tuttavia attori *sui generis* nella misura in cui dispongono di una resistenza al cambiamento che mancherebbe a ipotetici attori puramente umani, ed è quindi solitamente più debole in collettivi arruolati da portavoce umani. Per questo motivo gli oggetti materiali sono in particolar modo preziosi nella stabilizzazione di altri collettivi in via

di formazione. L'agency degli oggetti, seppur spiegata in termini di agency di associazioni di mediatori, continua a costituire un tassello essenziale per la comprensione del mondo umano⁹.

10. Conclusioni: questioni aperte per una sociologia dell'agency degli oggetti

Nel breve spazio concesso dalla forma articolo ho provato a ricostruire il contributo dato dall'ANT, e in particolare dalla teoria sociale di Bruno Latour, al dibattito sull'agency degli oggetti. La teoria che afferma l'esistenza di un'agency degli oggetti deve fare i conti con alcune facili derive che ne svuoterebbero il significato: l'uso solo metaforico del concetto di agency, l'interpretazione animista dei non-umani, l'antropomorfismo che ridurrebbe l'agency a mera somiglianza tra l'oggetto e l'umano. Per aggirare tali derive è necessario ignorare la questione ontologica dell'agency, che la lega al tema dell'agire intenzionale, e mettere a tema l'agency sociale, vale a dire la capacità di far fare qualcosa a qualcuno. Spostando l'accento verso l'agency sociale, come suggerito da Alfred Gell, si chiarisce che essa non indica una capacità di moto proprio, ma una capacità di lasciare una traccia efficace nelle dinamiche sociali e non riconducibile a un sistema di cause determinate; qualcosa che è possibile riconoscere anche ai non-umani, e che anzi va riconosciuto ai non-umani per poter comprendere certi fenomeni del mondo umano, come la persistenza delle conoscenze, in particolar modo delle conoscenze scientifiche (Latour 1998), l'esistenza di pratiche, per esempio pratiche sportive, che precedono,

⁹ Latour ricorre molto spesso, a questo proposito, alla contrapposizione tra la società umana e quella dei babbuini, da lui studiata con la mediazione di Shirley Strum (cfr. Strum e Latour 1987). Egli ritiene infatti che la società dei babbuini, contraddistinta da un uso molto limitato di strumenti materiali, si caratterizzi per l'enorme dispendio di energie impiegate dai suoi membri per stabilizzare, mantenere e rigenerare giorno per giorno l'ordine sociale. In assenza di strumenti materiali cui delegare la conservazione dell'ordine, questa dipende esclusivamente da un'incessante attività di stabilizzazione e rigenerazione svolta attraverso azioni e interazioni che continuamente la ricreano. La specificità del mondo umano sarebbe dunque non di essere un mondo di legami sociali, ma di essere un mondo tecnologico, ovvero un mondo in cui è possibile ricorrere all'agency degli oggetti per stabilizzare norme, strutture, gerarchie, alleanze che in se stesse sarebbero continuamente evanescenti.

incorniciano e indirizzano l'azione umana (Shove, Pantzar e Watson 2012), la resilienza dei gruppi incardinata sul consumo di beni e merci (Miller 1998).

Il contributo di Latour consente di dare maggior spessore teorico all'idea dell'agency degli oggetti (ora quasi-oggetti) mostrando il carattere collettivo di questi ultimi, che li rende isomorfi rispetto ai soggetti tradizionalmente considerati agenti, ovvero gli umani (ora quasi-soggetti). Ciò che abilita gli oggetti a esercitare un'agency nel mondo sociale è il fatto che quest'ultimo è per sua natura un collettivo, un ibrido. Mentre Gell insiste sul carattere relazionale dell'agency che contraddistingue quella situazione in cui un soggetto e un oggetto interagiscono, Latour sposta l'accento sul fatto che non solo la situazione in questione è ibrida, ma anche gli attori che vi prendono parte – il soggetto e l'oggetto – lo sono. L'agency degli oggetti non è più il prodotto di una situazione contingente, ma una loro caratteristica intrinseca in quanto quasi-oggetti. Nel contempo, il carattere specifico dei collettivi che si esprimono attraverso portavoce non-umani li rende ingredienti irrinunciabili nella determinazione dell'ordine sociale.

Non diversamente da Gell, invece, l'ANT accantona – insieme al tema dell'agire intenzionale – anche la questione della capacità d'intendere degli umani, vale a dire il tema della costituzione di senso, dell'intenzionalità fenomenologica. Questo è strettamente coerente col progetto complessivo dell'ANT, per la quale ogni riferimento a una costituzione soggettiva di senso non è compatibile col principio metodologico di tenersi fermi alla semplice descrizione dei processi di mediazione da cui scaturiscono le associazioni. Tuttavia, abbandonando il terreno teorico totalizzante della teoria latouriana, da studiosi del ruolo sociale degli oggetti bisogna chiedersi se questo sia un passo necessario per una sociologia capace di riconoscerne l'agency. Presentando la posizione di Miller abbiamo visto come l'approccio fenomenologico corra il rischio di ridurre l'oggetto a puro intermediario dei processi di costituzione di senso che stanno alla base delle scelte d'azione degli individui. Tuttavia ciò vale *prima* di aver fatto proprio l'interesse per l'agency sociale, quando ancora ci si muove su un terreno ontologico. La domanda che sorge in conclusione di questa veloce carrellata è invece se la considerazione del carattere fenomenologicamente intenzionale dell'umano non sia un elemento necessario per la

spiegazione dell'agency sociale degli oggetti, senza che in tal modo quest'ultima si riduca a mero "specchio" di un'agency umana.

A questo riguardo, i tentativi latouriani di intendere le interazioni come puramente non-intenzionali (in senso fenomenologico), pur senza ridurle a rapporti di causa-effetto, non mi appaiono convincenti. Valga per tutti l'esempio, cui lo studioso francese ricorre spesso, delle entità divine o spirituali, cui gli attori (persone umane) attribuiscono la responsabilità di averli fatti agire in un determinato modo. Il pellegrino che sostiene di essere venuto al monastero «chiamato dalla Vergine Maria» (Latour 2005a, 48) attribuisce a un attore non-umano la capacità reale di far fare cose agli umani. Naturalmente, sulla base di quanto discusso in questo articolo (l'ANT tanto quanto la teoria dell'agency sociale di Gell) la Vergine Maria è un attore dotato di agency nel mondo sociale, non è questo in questione. Penso tuttavia che parte di tale agency sia modulata attraverso il processo di costituzione di senso di coloro (umani) che in vario modo si trovano al cospetto della Vergine Maria, e che Latour non prende in considerazione non tematizzando il significato che gli umani provano a esprimere quando comunicano (che cosa intende il pellegrino quando dice "chiamato"? E quando dice "Vergine Maria"?). È come se del carattere ibrido di ciascun attore-rete non facesse parte anche il significato che gli umani attribuiscono al loro campo di esperienza, come se il linguaggio fosse trasparente rispetto ai propri significati, come se i resoconti dei protagonisti di una situazione fossero meramente descrittivi¹⁰.

Mi sembra quindi che qui si apra lo spazio per un'estensione d'indagine sull'agency degli oggetti nel mondo umano, in cui studiare la relazione tra i processi di costituzione di senso e l'esercizio dell'agency da parte degli oggetti materiali.

Politecnico di Milano
Dipartimento di Design
Via Durando 38/a, 20158 Milano
paolo.volonte@polimi.it

¹⁰ L'osservazione è stata mossa a Latour fin dai suoi primi critici (cfr. Collins e Yearley 2001, 241; cfr. anche Verbeek 2015).

Riferimenti bibliografici

Ahern, Laura

2001 "Language and agency", *Annual Review of Anthropology* 30: 109-137.

Apter, Emily e Pietz, William (eds.)

1993 *Fetishism as Cultural Discourse*, Ithaca, NY: Cornell University Press.

Baudrillard, Jean

1972 *Il sistema degli oggetti*, Milano: Bompiani; ed. or. *Le système des objets*, Paris: Gallimard 1968.

1976 *La società dei consumi. I suoi miti e le sue strutture*, Bologna: il Mulino; ed. or. *La société de consommation. Ses mythes ses structures*, Paris: Gallimard 1974.

Bonnot, Thierry

2009 "L'approccio biografico alla cultura materiale", in Burtscher, Angelika et al. (a cura di), *Biografie di oggetti. Storie di cose*, Milano: Bruno Mondadori, pp. 27-36.

Bourdieu, Pierre

1983 *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Bologna: il Mulino; ed. or. *La distinction*, Paris: Les éditions de minuit 1979.

2003 *Per una teoria della pratica con Tre studi di etnologia kabila*, Milano: Cortina; ed. or. *Esquisse d'une théorie de la pratique précédé de Trois études d'ethnologie kabyle*, Paris: Editions du Seuil 1972.

Burtscher, Angelika et al. (a cura di)

2009 *Biografie di oggetti. Storie di cose*, Milano: Bruno Mondadori.

Callon, Michel

1981 "Struggles and negotiations to define what is problematic and what is not: The socio-logic of translation", in Knorr, Karin D., Krohn, Roger e Whitley, Richard (eds.), *The Social Process of Scientific Investigation*, Dordrecht: Reidel, pp. 197-220.

1991 "Techno-economic networks and irreversibility", in Law, John (ed.), *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination*, London-New York: Routledge, pp. 132-161.

Callon, Michel e Latour, Bruno

1981 "Unscrewing the big Leviathan: How actors macro-structure reality and how sociologists help them to do so", in Knorr-Cetina, Karin e Cicourel, Aaron Victor (eds.), *Advances in Social Theory and Methodology: Toward an Integration of Micro- and Macro-Sociologies*, London-Boston-Henley: Routledge and Kegan Paul, pp. 276-303.

- 2001 “Non gettate il bambino con l’acqua sporca di Bath! Una risposta a Collins e Yearley”, in Pickering, Andrew (a cura di), *La scienza come pratica e cultura*, Torino: Edizioni di Comunità, pp. 249-280; ed. or. “Don’t throw the baby out with the Bath school! A reply to Collins and Yearley”, in Pickering, Andrew (ed.), *The Science as Practice and Culture*, Chicago: The University of Chicago Press 1992, pp. 343-368.
- Callon, Michel e Law, John
- 1982 “On interests and their transformation: Enrolment and counter-enrolment”, *Social Studies of Science*, 12(4): 615-625.
- Collins, Harry M. e Yearley, Steven
- 2001 “Polli epistemologici”, in Pickering, Andrew (a cura di), *La scienza come pratica e cultura*, Torino: Edizioni di Comunità, 219-248; ed. or. “Epistemological Chicken”, in Pickering, Andrew (ed.), *The Science as Practice and Culture*, Chicago: The University of Chicago Press 1992, pp. 301-326.
- Dant, Tim
- 1999 *Material Culture in the Social World. Values, Activities, Lifestyles*, Buckingham: Open University Press.
- Douglas, Mary e Isherwood, Baron
- 1984 *Il mondo delle cose. Oggetti, valori, consumo*, Bologna: il Mulino; ed. or. *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, London: Routledge 1979.
- Elam, Mark
- 1999 “Living dangerously with Bruno Latour in a hybrid world”, *Theory, Culture & Society*, 16(4): 1-24.
- Fogg, B.J.
- 2003 *Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do*, San Francisco: Morgan Kaufmann.
- Gell, Alfred
- 1998 *Art and Agency: An Anthropological Theory*, Oxford: Clarendon Press.
- Goffman, Erving
- 2001 *Frame analysis. L’organizzazione dell’esperienza*, Roma: Armando; ed. or. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Cambridge, MA: Harvard University Press 1974.
- Hennion, Antoine
- 1991 *La Médiation musicale*, Paris: Editions de l’Ecole des hautes études en sciences sociales (tesi di dottorato).

Husserl, Edmund

2010 *L'idea della fenomenologia*, Roma-Bari: Laterza; ed. or. *Die Idee der Phänomenologie. Fünf Vorlesungen*, Den Haag, NL: Nijhoff, 1973.

Kopytoff, Igor

2005 “La biografia culturale degli oggetti: la mercificazione come processo”, in Mora, Emanuela (a cura di), *Gli attrezzi per vivere. Forma della produzione culturale tra industria e vita quotidiana*, Milano: Vita e Pensiero, pp. 77-111; ed. or. “The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process”, in Appadurai, Arjun (ed.), *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press 1986, pp. 64-91.

Latour, Bruno

1983 “Give me a laboratory and I will raise the world”, in Knorr-Cetina, Karin e Mulkay, Michael (eds.), *Science Observed: Perspective on the Social Study of Science*, London: Sage, pp. 141-170.

1988 *The Pasteurization of France*, Cambridge, MA: Harvard University Press; ed. or. *Les Microbes. Guerre et paix, suivi de Irréductions*, Paris: Métailié 1984.

1994 “On technical mediation – Philosophy, sociology, genealogy”, *Common Knowledge* 3(2): 29-64.

1995 *Non siamo mai stati moderni. Saggio di antropologia simmetrica*, Milano: ELéuthera; ed. or. *Nous n'avons jamais été modernes*, Paris: La Découverte 1991.

1998 *La scienza in azione. Introduzione alla sociologia della scienza*, Torino: Edizioni di Comunità; ed. or. *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers through Society*, Cambridge, MA: Harvard University Press 1987.

2002 “Una sociologia senza oggetto? Note sull'interoggettività”, in Lando-wski, Eric e Marrone, Gianfranco (a cura di), *La società degli oggetti. Problemi di interoggettività*, Roma: Meltemi: 203-229; ed. or. “Une sociologie sans objet? Remarques sur l'interobjectivité”, *Sociologie du Travail* 4 (1994): 587-607.

2005a *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford: Oxford University Press.

2005b *Il culto moderno dei fatticci*, Roma: Meltemi; ed. or. *Petite réflexion sur le culte moderne des dieux faitiches*, Paris: Les Empêcheurs de penser en rond, 1996.

2006 “Dove sono le masse mancanti? Sociologia di alcuni oggetti di uso comune”, in Mattozzi, Alvise (a cura di), *Il senso degli oggetti tecnici*, Roma: Meltemi, pp. 81-124; ed. or. “Where are the missing masses? The sociology of a few mundane artefacts”, in Bijker, Wiebe E. e Law, John (eds.), *Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change*, Cambridge (MA): the MIT Press, pp. 225-258.

Law, John

- 1982 *Some Properties of Network Interaction: An Introduction to the Theory of the Actor-Network*, University of Keele, Department of Sociology, dattiloscritto.
- 1983 “Enrôlement et contre-enrôlement: Les luttes pour la publication d’un article scientifique”, *Social Science Information* 22(2): 237-251.

Law, John (ed.)

- 1986 *Power, Action, and Belief: A New Sociology of Knowledge?*, London-Boston-Henley: Routledge and Kegan Paul.

Lockton, Dan, Harrison, David e Stanton, Neville A.

- 2010 “The design with Intent Method: A design tool for influencing user behaviour”, *Applied Ergonomics* 41: 382-392.

Marx, Karl

- 1964 *Il capitale. Critica dell'economia politica*, Roma: Editori Riuniti; ed. or. *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie*, Hamburg: Meissner 1867.

Mattozzi, Alvise

- 2009 “Percorsi di vita e articolazioni di senso: approccio biografico e metodologia semiotica”, in Burtscher, Angelika et al. (a cura di), *Biografie di oggetti. Storie di cose*, Milano: Bruno Mondadori, pp. 103-124.

Miller, Daniel

- 1987 *Material Culture and Mass Consumption*, Oxford: Blackwell.
- 1998 *Teoria dello shopping*, Roma: Editori Riuniti; ed. or. *A Theory of Shopping*, Cambridge: Polity Press 1998.
- 2001 “Possessions”, in Id. (a cura di), *Home Possessions: Material Culture behind Closed Doors*, Oxford: Berg, pp. 107-122.
- 2010 *Stuff*, Cambridge: Polity Press.

Molotch, Harvey

- 2005 *Fenomenologia del tostapane. Come gli oggetti quotidiani diventano quello che sono*, Milano: Cortina; ed. or. *Where Stuff Comes From: How Toasters, Toilets, Cars, Computers, and Many Other Things Come to Be as They Are*, New York: Routledge 2003.

Pels, Dick, Hetherington, Kevin e Vandenberghe, Frédéric

- 2002 “The status of the object: Performances, mediations, and techniques”, *Theory, Culture & Society* 19(5/6): 1-21.

Reckwitz, Andreas

- 2002 “Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing”, *European Journal of Social Theory* 5(2): 243-263.

Sayes, Edwin

2014 “Actor-Network Theory and methodology: Just what does it mean to say that nonhumans have agency?”, *Social Studies of Science* 44(1): 134-149.

Schaffer, Simon

1991 “The eighteenth Brumaire of Bruno Latour”, *Studies in History and Philosophy of Science, Part A* 22(1): 174-192.

Serres, Michel

1974 *Hermès III. La traduction*, Paris: Minuit.

Shove, Elizabeth, Pantzar, Mika e Watson, Matt

2012 *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and How it Changes*, London: Sage.

Strum, Shirley e Latour, Bruno

1987 “The meaning of social: From baboons to humans”, *Information sur les Sciences Sociales/Social Science Information*, 26: 783-802.

Verbeek, Peter-Paul

2005 *What Things Do: Philosophical Reflections on Technology, Agency, and Design*, University Park (PA): Pennsylvania State University Press; ed. or. *De daadkracht der dingen: Over techniek, filosofie en vermoging*, Amsterdam: Boom 2000.

Volonté, Paolo

2017 “L’analisi fenomenologica dell’azione e il destino dell’individualismo”, in Leccardi, Carmen e Volonté, Paolo (a cura di), *Un nuovo individualismo? Individualizzazione, soggettività e legame sociale*, Milano: Egea (in corso di pubblicazione).

Zampieri, Alessandro

2015 “Latour in azione”, *Tecnoscienza* 6(1), 61-88.