

## Agencia aumentada y agencia ‘como si’: implicaciones para una semiótica de los artefactos\*

Augmented Agency and ‘As-if’ Agency in Amazonia: Implications for a Semiotics of Artifacts  
Agência aumentada e agência ‘como se’ na Amazônia: implicações para uma semiótica dos artefatos

Juan Carlos Mendoza-Collazos<sup>a</sup>  
Universidad Nacional de Colombia, Colombia  
jcmendozacol@unal.edu.co

DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp41.aaac>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1498-1359>

Recibido: 10 septiembre 2021

Aceptado: 15 marzo 2022

Publicado: 30 noviembre 2022

### Resumen:

Este artículo ofrece elementos para la comprensión de la agencia de los artefactos y de varios tipos de agencia. A partir de ejemplos tomados del trabajo de campo realizado en la Amazonía y de estudios etnográficos se argumenta que la agencia humana está definida en relación con los artefactos que produce. Esa relación conforma una *agencia aumentada* que emerge al diseñar e incorporar artefactos para ampliar la capacidad de actuar. Se propone que la agencia humana es fundamentalmente aumentada y que la capacidad de diseñar es un rasgo primordial de nuestra especie. Adicionalmente, los agentes pueden imaginar o suponer que un artefacto se comporta como un ser vivo cuando atribuyen agencias “como si” a los artefactos. La agencia “como si” y su relación con la agencia aumentada ofrece una alternativa a las explicaciones de la agencia de las cosas y una nueva aproximación a la semiótica de los artefactos.

**Palabras clave:** agencia aumentada, discurso ficcional, agencia material, semiótica del diseño, cultura material.

### Abstract:

This article offers elements for understanding the agency of artifacts and various types of agency. Based on fieldwork conducted in the Amazon and ethnographic studies, it presents how human agency is defined in relation to the artifacts it produces. This relationship enhances agentive capacities, forming an augmented agency. Such agency emerges when designing artifacts to enhance the capacity to act. Additionally, agents may believe or imagine that an artifact behaves as a living being when they attribute agency to it 'as if'. The fictional effects of this type of agency derive from cognitive processes that support fictional discourse. The study of 'as-if' agency and its relation to augmented agency offers an alternative to recurrent animism, allowing for a new approach to the semiotics of artifacts.

**Keywords:** augmented agency, fictional discourse, material agency, Amazonian cosmovisions, fictional play, semiotics of design, material culture.

### Resumo:

Este artigo oferece elementos para a compreensão da agência dos artefatos e de vários tipos de agenciamento. A partir do trabalho de campo realizado na Amazônia e estudos etnográficos, apresenta-se como a agência humana é definida em relação a os artefatos que produz. Esse relacionamento melhora as capacidades agentivas conformando uma agência aumentada. Esse tipo de agência emerge ao desenhar artefatos para ampliar a capacidade de agir. Além disso, os agentes podem acreditar ou imaginar que um artefato se comporta como um ser vivo quando lhe atribuem agência ‘como se’. Os efeitos fictícios desse tipo de agência se derivam de processos cognitivos que suportam o discurso ficcional. O estudo da agência ‘como se’ e sua relação com a agência aumentada oferece uma alternativa ao recorrente animismo, o que permite uma nova aproximação à semiótica dos artefatos.

**Palavras-chave:** agência aumentada, discurso ficcional, agência material, cosmovisões amazônicas, jogo de ficção, semiótica do design, cultura material.

### Notas de autor

<sup>a</sup>Autor de correspondencia. Correo electrónico: [jcmendozacol@unal.edu.co](mailto:jcmendozacol@unal.edu.co)

## Introducción

La semiótica agentiva propuso una clasificación de diferentes tipos de agencia a partir de la diferenciación entre agencia intrínseca (propiamente humana) y agencia derivada (secundaria o que depende de la agencia intrínseca). En este artículo se adaptará la propuesta teórica de Niño para dar cuenta de dos tipos particulares de agencia: la agencia “como si” (Niño, 2015) y la agencia aumentada (Mendoza-Collazos y Zlatev, 2022), a partir de las cuales se ofrece una nueva aproximación a la agencia de los artefactos. La distinción entre diferentes tipos de agencia tiene como objetivo analizar los mecanismos cognitivos que sostienen el discurso ficcional en nuestra relación con los artefactos, como una alternativa a las explicaciones basadas en el animismo (Harvey, 2014) o el fetichismo (Taussig, 2010).

El filósofo norteamericano John Searle (1975) señalaba la necesidad de responder a la pregunta “¿cuál es la importancia del discurso ficcional en la realidad?”. Aquí se tomará el concepto de discurso ficcional en un sentido amplio, reuniendo en él los conceptos de pensamiento ficticio, simulación y juego de ficción<sup>1</sup>. Los discursos de ficción juegan un papel fundamental en asuntos serios de la vida cotidiana. Son un producto de la capacidad humana de imaginar o pretender situaciones irreales en las que los objetivos no son el engaño o la simulación falaz, sino, por el contrario, la creación de un terreno común sobre el cual se establecen acuerdos, se construyen identidades y se fortalece el sistema de creencias de culturas específicas. El discurso ficcional forma parte de los factores que ordenan el sistema de creencias, dan sentido a la realidad y determinan la normatividad<sup>2</sup>.

El caso de los pueblos originarios de la Amazonía es una expresión concreta de la organización social basada en un discurso ficcional que conforma mitos y narraciones. Una de las manifestaciones más comunes de los discursos de ficción en acciones de la vida real se presenta en relación con los artefactos. En esa relación, un objeto inerte es tratado como un ser vivo y se le atribuye agencia. Es preciso profundizar en los procesos cognitivos que permiten asignar, atribuir o imaginar agencia en las cosas.

Los argumentos serán desarrollados de la siguiente manera: en la sección dos se presentarán conceptos relativos al discurso ficcional (pensamiento ficticio, simulación, juego de ficción y comportamiento ‘como si’). La sección tres profundiza la definición teórica de los diferentes tipos de agencia, con especial énfasis en la agencia “como si” y en la agencia aumentada. La sección cuatro presenta ejemplos en los pueblos Murui-Muinai, Magüta, Yairimajá y Matsë, tomados de estudios etnográficos disponibles en la literatura y de los resultados de un trabajo de campo en la Amazonía<sup>3</sup>. Estos ejemplos constituyen un soporte empírico de las relaciones ficcionales con los artefactos a través de diferentes tipos de agencia; relaciones que se pueden generalizar de los pueblos amazónicos a todas las culturas. Finalmente, la sección cinco presenta las conclusiones e implicaciones que esto tiene para una semiótica de los artefactos, es decir, para comprender mejor la manera en que se le da sentido y agencia a los objetos.

## Mecanismos cognitivos y semióticos del discurso ficcional

La capacidad de imaginar mundos posibles es una de las características más notables de la especie humana. Esa capacidad se expresa desde la niñez, a través del juego de ficción, y se consolida cuando sirve como plataforma para procesos complejos como diseñar, planear, y modificar la realidad. En su forma discursiva, esta capacidad ficcional (producto de la imaginación) se transforma en narrativa: una estructura de enunciados que son comunicables y poseen coherencia interna dentro de sus mundos fantásticos. La posibilidad de ficción ha ocupado la literatura científica desde diversas disciplinas. Searle (1975) da cuenta de los actos ilocucionarios basados en la simulación (*pretense*): fingir o simular que lo imaginado tiene estatus de realidad para que el acto ilocucionario adquiera sentido. Austin (2011) definía el acto ilocucionario como aquello que *se realiza* al decir algo, como por ejemplo al prometer, al oficializar un nombramiento o al asumir el pensamiento ficticio

con estatus de realidad en la simulación. El efecto práctico del enunciado “este banano es un teléfono” permite que simulemos una llamada a partir del acto que se concretiza con el enunciado<sup>4</sup>.

La noción de discurso es entendida de manera amplia, como un proceso de producción de sentido que, siendo narrativo, excede lo lingüístico, pues también puede expresarse a través de otros sistemas semióticos, por ejemplo, musicales (Longacre y Chenoweth, 1986), visuales (Jhala y Young, 2010) y objetuales (Seago y Dunne, 1999). El discurso es ficcional cuando la producción de sentido está basada en la imaginación de eventos o situaciones irreales. El discurso ficcional incluye el pensamiento ficticio, la simulación, el juego de ficción y el comportamiento “como si”.

El *pensamiento ficticio* es la capacidad humana de llevar a cabo procesos cognitivos a partir de la imaginación. Posee una lógica interna que puede ser consistente pero empíricamente falsa en la que se establecen unos criterios de validación propios, según la normativa contingente del mundo imaginado. Por ejemplo, si se acepta el acto ilocucionario “este banano es un teléfono”, es válido inferir que si “timbra” se puede contestar llevándolo a la oreja. Esto será relevante para el análisis, ya que la divagación surrealista no normada es solo una forma (quizás la menos práctica) de pensamiento ficticio, mientras que el discurso ficcional tiende a tener una lógica interna consistente, aunque contrafáctica.

La *simulación* es el despliegue de actos concretos en un mundo imaginario pasajero. Este recurso cognitivo está presente en niños y adultos. Del término se derivó el concepto de juego de ficción (*pretend play*). En la teoría cognitiva de la simulación, propuesta por Nichols y Stich (2000), los estados mentales fingidos se actualizan igual que las creencias y se asumen con estatus de verdad. En la simulación se crea un espacio mental que opera de la misma manera que las representaciones mentales de la realidad. Consta de tres procesos cognitivos: la elaboración inferencial, la elaboración no inferencial y la adecuación del comportamiento.

La elaboración inferencial (*inferential elaboration*) permite deducir lo que sucede en una situación imaginaria a partir del conocimiento previo. Esto permite el ajuste a la situación imaginaria de manera fluida, por ejemplo, cuando se ordenan las sillas de un comedor para simular los asientos de un bus y fingir el uso del transporte público. Pero también es posible una elaboración no inferencial cuando hay acciones que no corresponden a las creencias y conocimientos previos. La elaboración no inferencial enriquece el discurso ficcional, resultando en la parte más imaginativa y alejada de lo esperable en la realidad.

Los episodios de simulación inician con la formulación de las premisas (el acto ilocucionario: “las sillas ordenadas son un bus”), a partir de las cuales el sistema cognitivo se prepara para simular las acciones requeridas (adecuación del comportamiento). En el lapso de una simulación el sistema cognitivo está en “cuarentena” (*cognitive quarantine*), es decir, separado de la realidad para operar al nivel de lo fingido, sin afectar el sistema de creencias cuando se retoma la realidad (Nichols y Stich, 2000). En el momento de cierre, los participantes retoman sus acciones no simuladas (vuelven a la normalidad).

El *juego de ficción* es la “transformación voluntaria del aquí y el ahora, el tú y el yo, y el esto o aquello” (Garvey, 1990, p. 82). Solo tiene sentido si se da estatus de realidad a un estado de cosas que son “conscientemente falsas”. Los juegos de ficción se pueden dar:

- (a) actuando los roles de varios caracteres y asumiendo las perspectivas de diferentes seres, humanos o no humanos, (b) dando solución a los retos lúdicos, o (c) en el uso de una amplia gama de objetos (no solo juguetes) para representar diferentes cosas. (Chylińska y Gut, 2020, p. 550)

En el juego de ficción se trata de llevar a la práctica los mundos imaginados, actuando los eventos y situaciones mediante la simulación. Wah (2020) propone que el juego de ficción se deriva de la capacidad narrativa del ser humano. Esa capacidad implica: (1) la posibilidad de relacionar eventos causalmente; (2) la capacidad de imaginar diferentes ubicaciones espaciales; (3) la capacidad de imaginarse a sí mismo o a los demás en diferentes momentos, pasados, presentes o futuros; y (4) la capacidad de asumir estados mentales en uno mismo o de atribuir dichos estados en otros, lo que se conoce como lectura de la mente (*mind reading*).

La lectura de la mente permite realizar inferencias sobre las actitudes mentales de los demás, lo que resulta clave en el juego de ficción<sup>5</sup>.

Por último, el comportamiento “como si” es la simulación expresada en acciones de la vida cotidiana. Vaihinger (1924) propuso que lo conscientemente falso juega un papel primordial en la vida. El comportamiento “como si”, en su forma compleja, exhibe capacidades no vistas en otros animales, como la sustitución de objetos (banano por teléfono), la personificación (pretender que un objeto está animado), la capacidad de actuar como un animal de otra especie y la capacidad de simular varios roles (Wah, 2020).

En la siguiente sección se recogen los elementos del discurso ficcional en un tipo especial de agencia que no se limita a situaciones excepcionales (juegos, rituales, teatro), sino que se manifiesta a lo largo de la vida (agencia “como si”), dando énfasis a los discursos ficcionales que se tejen en relación con los artefactos.

## Tipos de agencia

### La noción de agencia y las agencias derivadas

Una definición básica de agencia es “la capacidad para actuar” (Schlosser, 2019). En esta definición, cualquier entidad puede actuar o interactuar si establece relaciones causales con otras entidades, por ejemplo, cuando un meteorito “actúa” al impactar la tierra y provocar la extinción de los dinosaurios o cuando los elementos químicos son “agentes” que reaccionan en función de sus propiedades. Hay agentes y pacientes en todas las cosas. En un abordaje filosófico, la noción es más restringida e implica la capacidad de actuar intencionalmente y el ejercicio de la agencia consiste en la realización de acciones intencionales.

Pero la agencia no se limita a los actos intencionales, sino que es coextensiva a la vida y a la capacidad de dar sentido al mundo. A partir de este último enfoque, Niño (2015) aborda una perspectiva pragmatista, en la cual la relación agente-propósito es lo sustantivo en la agencia. De dicha relación emerge el sentido, por tal razón el estudio de la agencia es esencialmente semiótico.

Niño propone la noción de agencia derivada como un tipo de agencia que depende de los agentes para adquirir sentido, siendo el caso de los artefactos y los signos (Niño, 2015, p. 352). La agencia “como si” es un caso especial de agencia derivada que se manifiesta cuando la atribución de agencia se hace de manera metafórica o fictiva. La agencia “como si” reúne los elementos del discurso ficcional y permite atribuir agencia a objetos que no la poseen, por ejemplo, cuando pretendemos que cosas inertes poseen agencia y son tratadas como si la tuvieran o en la creación de mundos imaginarios con transposición de roles y propiedades.

### La agencia aumentada

La agencia aumentada es la incorporación protésica de artefactos para mejorar las capacidades agentivas originales (Mendoza-Collazos y Sonesson, 2021; Mendoza-Collazos y Zlatev, 2022). Es un tipo de agencia que emerge de la capacidad de los seres humanos para diseñar e incorporar objetos que modifican la agencia original, ampliando la capacidad para actuar. La incorporación de artefactos se hace de diversas maneras: el carácter *protésico* debe ser entendido en un sentido etimológico general como adición (del griego *πρόσθεσις*). Pueden ser incorporaciones permanentes o provisionales, proximales o distales. Al dislocar acciones en artefactos sin importar la proximidad, también se incorporan capacidades agentivas que permiten romper la secuencia espaciotemporal de nuestras acciones. Un semáforo realiza las acciones de un oficial de tránsito para regular el tráfico en una intersección (Mendoza-Collazos, 2021).

La mejora continua de los artefactos establece una diferencia fundamental entre los humanos y otras especies que también fabrican objetos. El consenso científico propone la *coevolución biocultural* (Dunér,

2016) como el factor crucial para alcanzar dicha diferenciación. La evolución no es un proceso secuencial con bordes claros, sino una red de condiciones culturales y biológicas que se extiende o comparte entre diferentes especies, con diferentes grados de intensidad o saliencia. La agencia aumentada es producto de la coevolución biocultural. Se ha propuesto que el diseño (la capacidad de diseñar) es uno de los principales rasgos característicos en esa evolución para argumentar que la agencia humana es fundamentalmente *aumentada*<sup>6</sup>.

Sin embargo, algunos animales también tienen la capacidad de elaborar objetos con materiales naturales. Esto define un *continuum* evolutivo en donde la relación con los materiales para crear objetos no es un hito abrupto en la evolución sino un umbral que se extiende a lo largo de diferentes especies. Aunque otros animales pueden fabricar objetos (con procesos como doblar, pegar, ensamblar o moldear), el diseño implica innovación y mejoramiento continuo, por tanto, la capacidad de diseñar artefactos es exclusivamente humana.

La diferenciación entre objeto y artefacto es importante. La definición de objeto es general y se refiere a “todo lo que puede ser materia de conocimiento o sensibilidad de parte del sujeto” (RAE, 2022). El uso común del término reduce su significado al de “cosa material inanimada”. Entendidos como cosas materiales, los objetos se clasifican en naturales (propios del entorno natural) y artificiales (creados por los seres humanos). Un objeto es un artefacto si se puede identificar o inferir su autor o autores. Un artefacto es un objeto hecho por los humanos. Una roca, un tronco o una silla forman parte de la categoría “objeto”, pero una roca, como objeto natural, no es un artefacto. En el caso de los objetos naturales que se usan con fines prácticos, por ejemplo, un tronco para cruzar un río, estamos hablando de manuportes (Leakey, 1979)<sup>7</sup>. Al llamar a los artefactos “objetos” se está apelando a una metonimia, tomando el continente por el contenido, la categoría “objeto” por su subordinada “artefacto” (Mendoza-Collazos, 2022).

Cualquier creación humana es un artefacto, esto incluye desde una composición química como un ungüento hasta una composición musical. Algunos artefactos aumentan las capacidades cognitivas por medio de signos. Un ejemplo paradigmático es el lenguaje. Una fórmula matemática o un diagrama también entran en esta categoría (Trybulec, 2018).

La agencia aumentada es, entonces, un rasgo que define al animal que diseña. No es extraño que se establezcan relaciones a largo plazo y vínculos emocionales o simbólicos con los artefactos. En la siguiente sección se presenta la relación entre agencia aumentada y agencia “como si” a partir de las cosmovisiones amazónicas, en donde es especialmente notable.

## Agencia aumentada y agencia “como si” en las cosmovisiones amazónicas

La especie humana tiende a establecer relaciones ficcionales con los artefactos, imaginando o pretendiendo situaciones contrafácticas como la atribución de agencia a objetos inanimados o la sustitución y transformación de objetos. El discurso ficcional constituye parte del sustrato que sostiene nuestro sentido de realidad y permite la construcción de un terreno común para la vida en sociedad, pues alimenta los sistemas simbólicos de las instituciones, los rituales, las mitologías, las artes, los juegos y las cosmovisiones.

La capacidad de asumir una agencia “como si” permite el engranaje con situaciones en donde lo “conscientemente falso” juega un papel primordial. Las relaciones ficcionales con los artefactos se caracterizan por un despliegue estable de la agencia “como si” a lo largo de situaciones cotidianas. En la misa católica, por ejemplo, el sacerdote genera la premisa de que el vino es sangre y los creyentes le dan estatus de realidad a la premisa de manera estable, obviando su estatus contrafáctico. Lo que sostiene la creencia es precisamente aceptar las reglas del juego, de lo contrario el ritual desaparecería.

En la mayoría de los pueblos originarios los artefactos actúan como seres animados y poseen una agencia equivalente a la humana, lo que ha llevado a explicar este fenómeno con base en el animismo (Santos-Granero, 2009)<sup>8</sup>. Los modos de producción y reproducción de los artefactos son homólogos a la maternidad, los creadores y sus artefactos están relacionados en términos de filiación. También existe la creación del *yo* como

algo que se fabrica. Las modificaciones corporales que implican la incorporación de artefactos “se consideran de vital importancia en la producción de seres humanos bien formados y competentes” (Santos-Granero, 2009, p. 8). Esto supone un despliegue estable de la agencia “como si” en la relación con los artefactos.

Veamos algunos casos con más detalle: la transición de la agencia original (el cuerpo desnudo) a la agencia aumentada se aprecia en los tambores rituales de los Murui-Muinai. El diseño del manguaré está destinado a producir un sonido profundo que pueda extenderse a largas distancias, lo que le permite al cazador ubicar nuevamente su maloca. La incorporación de tambores en las capacidades comunicativas de los nativos mejora la agencia humana: la capacidad original para comunicarse se convierte en una agencia mejorada con posibilidades de comunicación más allá de los estándares humanos (Mendoza-Collazos y Sonesson, 2021).

En los rituales existe una relación entre agencia “como si” y agencia aumentada. Para los magüta en el rito de paso del *worecühiga*, por ejemplo, las máscaras permiten a los nativos representar diferentes roles de animales y espíritus (actuar roles de seres humanos o no humanos), utilizar una amplia gama de artefactos (uso de objetos para representar diferentes cosas) y desafiar diferentes situaciones durante el ritual (dar solución a los retos lúdicos).

En la cosmovisión magüta, la agencia “como si” tiene efectos prácticos en la normatividad. La agencia aumentada se ve representada en la incorporación de artefactos como máscaras que permiten viajar al más allá, instrumentos musicales que permiten dialogar con los espíritus ancestrales o escudos protectores (Junyi, 2019).

En relación con los efectos de la agencia “como si” en la vida cotidiana, cuando la gente yairimajá siembra yuca, ve a la planta “como si” fuera su hija y “como si” tuviera agencia (Franky, 2004, p. 168). En esta simulación la cuarentena cognitiva parece desaparecer. No se trata de que los yairimajá simulen que la planta es su hija, sino que así lo creen. En este caso, la agencia “como si” sostiene el sistema de creencias y el discurso ficcional se extiende a la vida cotidiana y se fusiona con lo fáctico. En la caza, los yairimajá se pueden relacionar con las entidades no humanas como si fueran personas. El estatus de persona, en el sentido de humano sujeto de derechos y con rasgos identitarios individuales, en plantas y animales tiene implicaciones en la forma de relación con el mundo<sup>9</sup>. Esto tiene efectos prácticos positivos al establecer una relación de equilibrio con la naturaleza, no se trata de un absurdo o una lúdica alucinada como suele ser visto por la mirada moderna colonial.

Una relación más directa entre la atribución de agencia “como si” y la agencia aumentada se puede apreciar en el pueblo matsë. La cerbatana matsë es uno de los artefactos más bellos de la Amazonía. La hábil fabricación de esta arma es señal de su importancia. La cerbatana matsë define la identidad tanto individual como colectivamente. Debido a su letalidad, se relaciona con las fuerzas oscuras (el *sho*). La palabra *sho* se refiere a “soplar” en una especie de polución vaporosa de enfermedad y muerte (Erikson, 1999).

La forma de cazar del jaguar es similar a la forma de cazar con cerbatana. La cerbatana es su escudo de armas y la continuidad de los matsë depende de este artefacto. La cerbatana proviene de una palma sagrada (*Bactris gasipaes*) que comparte su esencia vegetal con los matsë hasta el punto de que quieren lucir como si fueran la propia palma. Los matsë también quieren parecerse a la propia cerbatana; esta es la razón por la que se perforan la cara con dardos de cerbatana. Los dardos que penetran la piel les transmite la sensación de ser una cerbatana viviente. No es una cuestión estética; tiene implicaciones sociológicas y psicológicas (Erikson, 1999). Las expansiones, modificaciones corporales y tatuajes en los matsë proporcionan mejoras físicas y estimulaciones psicológicas con consecuencias prácticas para la acción: eliminando el miedo y aumentando la convicción. Esto ejemplifica la combinación de la agencia “como si” (ser una cerbatana viviente) y la agencia aumentada (incorporando la cerbatana para aumentar la capacidad de cazar). Así se establece una concepción novedosa de la persona, perfectamente adaptada a su entorno.

La agencia “como si” y su relación con la agencia aumentada no es exclusiva de los pueblos originarios; la definición de premisas ficcionales particulares forma parte de la identidad, las costumbres y la cosmovisión en

cualquier cultura. Los discursos ficcionales se integran contextualmente a un nivel más general en los discursos culturales y sus premisas (no ficcionales) para definir las normas y roles sociales en culturas específicas<sup>10</sup>.

## Conclusiones

Los seres humanos incorporan artefactos al cuerpo desnudo para aumentar sus capacidades agentivas originales (agencia aumentada). Además, los humanos atribuyen agencia a las cosas inanimadas mediante discursos ficcionales de manera estable, no solo en eventos excepcionales. Esto permite la relación con los artefactos como si tuvieran agencia humana (agencia "como si"). La atribución de agencia "como si" a los artefactos permite obtener ventajas psicológicas. La agencia aumentada concede ventajas prácticas. En la combinación de dichas ventajas se fusiona lo ficticio con lo fáctico. Esto tiene implicaciones que, lejos de ser triviales, se relacionan con el sistema de creencias, la normatividad y las cosmovisiones.

La incorporación prostética de artefactos para aumentar la capacidad agentiva puede darse de muchas maneras, desde incorporaciones permanentes al interior del cuerpo hasta acciones telemáticas o remotas dislocadas del cuerpo.

La relación entre la agencia aumentada y la agencia "como si" permite una aproximación diferente a la semiótica de los artefactos, que supere las explicaciones basadas en el animismo o el fetichismo. En la atribución de agencia "como si" y en el desarrollo evolutivo de la agencia aumentada se comprende mejor nuestra interacción con los artefactos. Esta tesis difiere del animismo, pues no se afirma que los objetos inertes tengan vida (Santos-Granero, 2009). También se diferencia del fetichismo que acepta que las cosas inertes tienen agencia propia y establecen relaciones simétricas similares a las que se establecen con otros seres vivos (Malafouris, 2013). Por el contrario, se ha planteado que los artefactos no poseen agencia propia ni son seres animados y en su lugar se han explorado los procesos cognitivos que permiten una interacción con los artefactos *como si* fueran entidades vivas.

La capacidad de diseñar artefactos define a la especie humana. El diseño genera la posibilidad de innovación y mejoramiento continuo, capacidad que no poseen otros animales que también elaboran objetos. Una aproximación a la semiótica de los artefactos con precisión fenomenológica implica estudiar la naturaleza del diseño desde sus aspectos evolutivos, cognitivos, proyectuales y consuntivos. Este artículo aporta avances en ese sentido, desde los aspectos evolutivos y cognitivos en nuestra relación permanente con los artefactos. Relación que define la agencia humana como una agencia fundamentalmente aumentada, a través de la incorporación de artefactos en relaciones ficcionales (agencia "como si") o prácticas (agencia aumentada).

## Referencias

- Austin, J. (2011). *How to do things with words*. Oxford University Press [1975].
- Baron-Cohen, S., Leslie, A. y Frith, U. (1985). Does the autistic child have a "theory of mind"?. *Cognition*, 21(1), 37-46. [https://doi.org/10.1016/0010-0277\(85\)90022-8](https://doi.org/10.1016/0010-0277(85)90022-8)
- Chylińska, M. y Gut, A., (2020). Pretend play as a creative action: On the exploratory and evaluative features of children's pretense. *Theory & Psychology*, 30(4), 548-566. <https://doi.org/10.1177/0959354320931594>
- Dunér, D. (2016). Science: The structure of scientific evolutions. En D. Dunér y G. Sonesson (Eds.), *Human Lifeworlds: The cognitive semiotics of cultural evolution* (pp. 229-266). Peter Lang Edition. <https://doi.org/10.3726/978-3-653-05486-6>
- Erikson, P. (1999). *El sello de los antepasados: marcado del cuerpo y demarcación étnica entre los matis de la Amazonía*. Abya Yala. <https://doi.org/10.4000/books.ifea.2730>
- Franky, C. (2004). *Territorio y territorialidad indígena* [Tesis de maestría]. Universidad Nacional de Colombia, Sede Amazonía. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.27242.72640>

- Garvey, C. (1990). *Play*. Harvard University Press.
- Harvey, G. (2014). *The handbook of contemporary animism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315728964>
- Jhala, A. y Young, R. (2010). Cinematic visual discourse: Representation, generation, and evaluation. *IEEE Transactions on computational intelligence and AI in games*, 2(2), 69-81. <https://doi.org/10.1109/TCIAIG.2010.2046486>
- Junyi, W. (2019). *El ritual de la pelazón (Worecühiga) de los Ticunas en el proceso de evangelización desde el siglo XX* [Tesis de maestría]. Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/13810>
- Leakey, M. (1979). *Olduvai Gorge*. Book Club Associates.
- Leslie, A. (1987). Pretense and representation: The origins of "theory of mind". *Psychological review*, 94(4), 412-426. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.94.4.412>
- Longacre, R. y Chenoweth, V. (1986). Discourse as music. *Word*, 37(1-2), 125-134. <https://doi.org/10.1080/00437956.1986.11435771>
- Malafouris, L. (2013). *How things shape the mind: a theory of material engagement*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9476.001.0001>
- Mendoza-Collazos, J. C. (2015). *Semiótica del diseño con enfoque agentivo: Condiciones de significancia en artefactos de uso*. Universidad Jorge Tadeo Lozano. <https://doi.org/10.2307/j.ctv2175pb8>
- Mendoza-Collazos, J. C. (2021). La agencia de las cosas: una semiosis de las redes de transporte en Bogotá. *DeSignis* 34, 55-65. <https://doi.org/10.35659/designis.i34p55-65>
- Mendoza-Collazos, J. C. (2022). *Aplicaciones de la semiótica agentiva en el diseño* (sin publicar). <https://www.researchgate.net/profile/Juan-Mendoza-Collazos/research>
- Mendoza-Collazos, J. y Sonesson, G. (2021). Revisiting the life of things: A cognitive semiotic study of the agency of artefacts in Amazonia. *Public Journal of Semiotics*, 9(2), 30-52. <https://doi.org/10.37693/pjos.2020.9.22012>
- Mendoza-Collazos, J. y Zlatev, J. (2022). A Cognitive-Semiotic Approach to Agency: Assessing Ideas from Cognitive Science and Neuroscience. *Biosemiotics*, 15, 141-170. <https://doi.org/10.1007/s12304-022-09473-z>
- Mendoza-Collazos, J., Zlatev, J. y Sonesson, G. (2022). The origins and evolution of design: A stage-based model. En E. Pagni y R. S. Theisen (Eds.), *Biosemiotics and evolution: The natural foundations of meaning and symbolism* (pp. 161-173). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-85265-8\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-030-85265-8_8)
- Nichols, S. y Stich, S. (2000). A cognitive theory of pretense. *Cognition*, 74(2), 115-147. [https://doi.org/10.1016/S0010-0277\(99\)00070-0](https://doi.org/10.1016/S0010-0277(99)00070-0)
- Niño, D. (2015). *Elementos de Semiótica Agentiva*. Universidad Jorge Tadeo Lozano. <https://doi.org/10.2307/j.ctv2175pv1>
- Real Academia Española [RAE] (septiembre, 2022). *Objeto*. Diccionario de la lengua española, 23.ª ed. [versión 23.5 en línea]. <https://dle.rae.es/objeto?m=form>
- Santos-Granero, F. (2009). Introduction: Amerindian constructional views of the world. En F. Santos-Granero (Ed.), *The occult life of things: Native Amazonian theories of materiality and personhood* (pp. 1-29). The University of Arizona Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1prss0p.4>
- Schlosser, M. (2019). Agency. En: E. Zalta (Ed.), *The Stanford encyclopedia of philosophy*. <https://plato.stanford.edu/archives/win2019/entries/agency/>
- Seago, A. y Dunne, A. (1999). New methodologies in art and design research: The object as discourse. *Design issues*, 15(2), 11-17. <https://doi.org/10.2307/1511838>
- Searle, J. (1975). The Logical Status of Fictional Discourse. *New Literary History*, 6(2), 319-332. <https://doi.org/10.2307/468422>
- Taussig, M. (2010). *The devil and commodity fetishism in South America*. University of North Carolina Press.
- Thomson, J. (2008). *Normativity*. Open Court.
- Trybulec M. (2018). Rationality in the Material World. *Poznan Studies in the Philosophy of the Sciences & the Humanities*, (3), 296-313. [https://doi.org/10.1163/9789004359475\\_017](https://doi.org/10.1163/9789004359475_017)

Vaihinger, H. (1924). *The Philosophy of As If*. Routledge.

Wah, A. (2020). Cognitive processes underlying play and pretend play: A comparative cross-species study on degrees of memory, perception, imagination, and consciousness. *American Journal of Play*, 12(2), 156-177. <https://cor.e.ac.uk/download/pdf/286185944.pdf>

## Notas

- 1 Se usará el término 'simulación' en lugar de 'fingimiento' para la traducción al español del concepto *pretense*. Las traducciones del inglés, a lo largo del texto, son de mi autoría.
- 2 Entendida como la estructura de normas o "reglas" que permite valorar criterios como adecuado/inadecuado, correcto/incorrecto, bello/feo, bueno/malo, etc. (Thomson, 2008).
- 3 Mendoza-Collazos y Sonesson (2021) explican las condiciones y los instrumentos metodológicos del trabajo de campo.
- 4 El caso del banano como teléfono es el ejemplo estándar en los estudios sobre simulación, principalmente a partir de Leslie (1987).
- 5 El test de Sally-Anne permite observar el caso en que los eventos ocurren de manera egocéntrica, es decir, sin la capacidad de elaborar inferencias a partir de estados mentales ajenos. En el famoso test, el participante observa una escena en la que Sally guarda un objeto en un lugar y se marcha. Anne entra a la escena y cambia de lugar el objeto sin que lo note Sally. Al participante se le preguntará dónde cree que Sally buscará el objeto cuando regrese. Según los investigadores, si los participantes indican la posición en que lo dejó Anne, no han desarrollado la capacidad de *leer la mente*, no pueden inferir que Sally posee una falsa creencia y que no sabe que el objeto fue cambiado de lugar (Baron-Cohen et al., 1985).
- 6 La evolución del diseño, aunque importante para el presente artículo, no es la materia que nos ocupa; para tal fin véase Mendoza-Collazos et al. (2022).
- 7 Para profundizar en la definición de artefacto y su diferenciación con objetos naturales y manuportes, véase Mendoza-Collazos (2015; 2022).
- 8 Un balance crítico de las teorías que defienden la agencia de lo "no humano" aparece en Mendoza-Collazos y Sonesson (2021).
- 9 Según Santos-Granero (2009), algunos pueblos amazónicos consideran que los animales fueron seres humanos en tiempos primordiales y que siguen siendo humanos, pero con una apariencia exterior diferente.
- 10 Agradezco a uno de los evaluadores anónimos por señalar este último punto.
- \* Artículo de investigación científica.  
Este artículo es una creación original del autor y no ha sido sometido a ninguna otra publicación. Los argumentos planteados se derivan de la línea de investigación en curso sobre el rol de los artefactos en la agencia humana.

Licencia Creative Commons CC BY 4.0

*Cómo citar este artículo:* Mendoza-Collazos, J. C. (2022). Agencia aumentada y agencia 'como si': implicaciones para una semiótica de los artefactos. *Signo y Pensamiento*, 41. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp41.aaac>