

Soggetti e oggetti

Forme di *agency* nell'arte romana

a cura di

Monica Salvadori, Luca Scalco



ILPOLIGRAFO

Abstracts

GIULIA LANZIROTTI, ANDREA ALTOBRANDO

Sull'agency oggettuale: prospettive filosofico-fenomenologiche

Questo articolo indaga il concetto di *agency* all'interno del dibattito filosofico contemporaneo e in prospettiva interdisciplinare. A partire dalla cosiddetta teoria standard dell'azione, ne verranno esaminati i limiti con l'obiettivo principale di interrogarsi sulla possibilità e sulle modalità di attribuzione dell'*agency* a entità inanimate. L'analisi verrà prevalentemente svolta da una prospettiva fenomenologica, concentrandosi sulla struttura dell'esperienza dell'agire e sul significato emergente del concetto di *agency*. L'articolo considererà alcune tappe principali dell'evoluzione della teoria dell'azione nel dibattito filosofico contemporaneo, da Anscombe e Davidson fino ad alcuni sviluppi più recenti. Successivamente, verrà analizzato l'impiego del concetto di *agency* nelle scienze antropologiche, storico-artistiche e archeologiche, con particolare attenzione alla nozione di *material agency* proposta da autori quali Gell, Malafouris e Hodder. Tali approcci mirano a superare una visione antropocentrica dell'agire, attribuendo capacità agentive anche a entità non umane e inanimate. Infine, l'articolo si propone di valutare la tenuta concettuale e fenomenologica di queste teorie attraverso l'uso di situazioni immaginarie, interrogandosi sui confini tra causalità semplice e *agency*, e sulle motivazioni per l'eventuale attribuzione di agenzialità a manufatti e oggetti naturali inanimati.

Parole chiave: *agency*, teoria standard dell'azione, *sense of agency*, *material agency*, fenomenologia

This paper aims to investigate the concept of agency within contemporary philosophical debate. By considering the standard theory of action, we will examine its limitations and question whether and to what extent agency can also be attributed to inanimate entities. The analysis will primarily be conducted from a phenomenological perspective, focusing on the structure of action and the evolving meaning of the concept of agency. Hence, the paper outlines some of the key reflections of agency

theory in contemporary philosophical discourse, from the work of Anscombe and Davidson to more recent developments. Then, it will focus on the use of the concept of agency in anthropology, art history, and archaeology, paying particular attention to the notion of material agency proposed by authors such as Gell, Malafouris, and Hodder. These approaches aim to overcome a strict anthropocentric view of agency by attributing agentive capacities to non-human, inanimate entities. The paper will assess the conceptual and phenomenological meaning of agency by using thought experiments to question the boundaries between simple causality and agency, and the possibility of attributing agency to inanimate artefacts and natural objects.

Keywords: agency, standard theory of action, sense of agency, material agency, phenomenology

ELEONORA PAPPALARDO

Immagini che parlano e immagini che agiscono.

Agency e meaning-making in archeologia

Il lavoro consiste in un breve contributo al dibattito sul ruolo delle immagini nel mondo antico, con particolare riferimento al potere agentivo delle stesse. Le immagini in archeologia vengono ricondotte alla cultura materiale e il loro significato risulta strettamente connesso ai contesti di utilizzo. Una particolare attenzione è rivolta all'approccio linguistico e semiotico che, a nostro parere, fornisce interessanti appigli metodologici, in particolare quando l'analisi del senso e del significato non ha come oggetto le immagini complesse bensì quelle semplici, riconducibili al segno, il cui valore e il cui potere si edificano in un contesto di cooperazione e conoscenza pregressa condivisa. Nel vasto panorama dell'indagine sul potere agentivo delle immagini diventa cruciale il passaggio dal riconoscimento del potere comunicativo delle stesse a quello, di più difficile ricostruzione, di condizionamento del comportamento. A tal proposito si riportano due casi studio, utili alla definizione del potere delle immagini in contesti lontani da quelli di produzione: le coppe di importazione orientale rinvenute all'interno delle tombe etrusche e i bronzi orientali alto-arcaici rinvenuti a Creta.

Parole Chiave: agency, immagine, archeologia, semiotica, assemblage, significato

This paper deals with the role of the images in the ancient world with reference to agency. Images in archaeology are to be related to material culture, and their meaning must be linked with respective contexts. Particular attention is paid to the linguistic and semiotic approach that, in my opinion, provides interesting methodological staffs, in particular in those cases in which analysis isn't carried out upon complex images, but on simple ones, which act as signs and whose value and role are built in a context of shared preexisting knowledge and cooperation. In the wide panorama of the "art and agency" investigation it must be distinguished the communicative power from the agent one, outcoming in the conditioning of human behavior. On this respect two study cases are analyzed, aimed to better define the role of the images in contexts far from the original one: Eastern bronze imports found inside Etruscan tombs and Orientalizing bronze-working found in Crete and dated in the Early Iron Age.

Keywords: agency, image, archaeology, semiotics, assemblage, meaning

LUCA BELTRAMINI

Arte in parola e arte in azione nella letteratura antica

La triangolazione tra realtà, imitazione e descrizione costituisce notoriamente il nucleo attorno a cui le letterature greca e latina hanno sviluppato una complessa e ramificata riflessione sulle arti figurative. A partire dalla teorizzazione retorica dell'*ekphrasis* e da alcuni casi di studio di ambito epigrammatico, il contributo offre una prima ricognizione delle potenzialità ermeneutiche offerte dalla lettura di questa esperienza letteraria attraverso la lente concettuale dell'*agency*. La teoria dell'agentività consente di rileggere l'*ekphrasis* come un sito di riflessione sui disruptivi effetti esercitati dall'oggetto d'arte sugli osservatori, e sulla sua capacità produrre reti relazionali complesse attraverso il tempo e lo spazio.

Parole chiave: *ekphrasis*, Marziale, Stazio, Eracle, epigramma, *agency*

The interplay of reality, imitation, and verbal description lies at the heart of the complex ways in which Greek and Latin literature engaged with the visual arts. Drawing on ancient rhetorical theories of *ekphrasis* and on selected epigrammatic case studies, this article offers an initial exploration of how the conceptual framework of agency can deepen our understanding of these texts. An agency-based approach allows us to view *ekphrasis* as a space where the powerful impact of the artwork on its viewers becomes visible, as well as its capacity to generate intricate networks of relationships that extend across time and space.

Keywords: *ekphrasis*, Martial, Statius, Herakles, epigram, agency

GIOVANNI COLZANI

Bambole, idoli, variazioni di scala. Agency e piccole sculture nel mondo romano

Questo contributo esplora la diffusione pervasiva di statuette, figurine e piccole sculture raffiguranti divinità nel mondo romano, mettendo in luce come esse si prestino in modo particolare a essere studiate nei termini proposti nella teoria dell'arte di Alfred Gell. Attraverso l'esame di una selezione di testimonianze archeologiche e fonti letterarie antiche, si evidenzia come questi oggetti offrano in effetti un buon terreno per affrontare quello che lo stesso Gell definisce il «breve passo» che dalle bambole conduce agli idoli e dagli idoli alla grande statuaria. Nell'ambito di una religione tecnicamente idolatra come quella romana, le dimensioni contenute delle piccole sculture permettevano loro di sviluppare specifiche forme di *agency* sociale – per molti versi differenti da quelle tipiche delle statue di grande modulo – capaci di produrre un forte coinvolgimento emotivo dell'osservatore attraverso interazioni non solo visuali, ma anche tattili.

Parole Chiave: scultura in piccolo formato, scultura romana, *agency*, figurine, miniaturizzazione

This contribution explores how the widespread diffusion of statuettes, figurines, and small-scale sculptures depicting deities in the Roman world lends itself particularly well to analysis through the lens of Alfred Gell's art theory. By examining a selection of archaeological evidence and ancient literary sources, it becomes clear that these objects provide fertile ground for exploring what Gell himself describes as the «short step» from dolls to idols and from idols to large-scale statuary. Within

the framework of Roman religion, the small dimensions of these statuettes allowed them to develop specific forms of social agency, capable of eliciting a strong emotional response from the beholder through interactions involving not only sight but also touch.

Keywords: small size sculpture, roman sculpture, agency, figurines, miniaturization

FRANCESCO MARCATTILI

Reali interazioni: la “vita” dei simulacri nella religione romana

Partendo dalle pagine di *Art and Agency* di Alfred Gell e di *Theorie des Bildakts* di Horst Bredekamp, nel contributo sono descritte alcune «reali interazioni» tra persone e simulacri di divinità del *pantheon* romano: dalla Triade Capitolina a Fortuna, da Venere a Cibele e Iside. Tra le cerimonie sinteticamente considerate: i *lectisternia*, le *lavationes* delle statue di culto e il trionfo, nel corso del quale il vincitore diventava l'«immagine vivente» di Giove, ovvero un'incarnazione temporanea del suo potere divino.

Parole chiave: Gell, Bredekamp, agency, simulacri di culto, rituali (*lectisternia*, *lavationes*), trionfo romano

Drawing on the theoretical frameworks developed by Alfred Gell (*Art and Agency*) and Horst Bredekamp (*Theorie des Bildakts*), this contribution examines some «real interactions» between worshippers and images of deities in the Roman pantheon: from the Capitoline Triad to Fortuna, from Venus to Cybele and Isis. Among the ceremonies briefly considered are the *lectisternia*, the *lavationes* of cult statues and the triumph, during which the victor became the “living image” of Jupiter, i.e. a temporary embodiment of his divine power.

Keywords: Gell, Bredekamp, agency, cult images, rituals (*lectisternia*, *lavationes*), Roman triumph

RICCARDO OLIVITO

Immagini che “segnano” i luoghi.

L'agentività delle statue nello spazio pubblico di età romana

Il presente articolo esplora il rapporto tra immagini scultoree e spazio urbano nel mondo romano, indagando il modo in cui le statue interagiscono con il contesto circostante, modificandone funzioni e percezioni. Attraverso tre casi di studio – il Foro di Augusto, gli *Anaglyphs* del Foro Romano e il fregio dipinto dai *Praedia* di *Iulia Felix* a Pompei – il contributo analizza dunque il ruolo dinamico della scultura nella definizione e nell'organizzazione dello spazio pubblico. Le statue dimostrano così il proprio carattere di agenti sempre mutevoli: ora indicatori topografici, ora strumenti di orientamento visivo, ora catalizzatori di azioni sociali. La loro trasformazione riflette l'evoluzione dell'uso dello spazio urbano, dimostrando che il valore di un monumento non è mai statico, ma si ridefinisce in base ai bisogni e alle percezioni della comunità che lo utilizza.

Parole chiave: scultura, *agency*, segni spaziali, Foro di Augusto, *Anaglyphs* del Foro Romano, *Praedia* di Giulia Felice

The paper examines the relationship between sculptural images and urban space in the Roman world, investigating how statues interact with their surroundings and how these interactions modify their functions and perceived meanings. By analysing three case studies – the *Forum* of Augustus, the *Anaglypha* from the Roman *Forum*, and the “*forum* frieze” from the *Praedia* of *Iulia Felix* in Pompeii – the contribution explores the dynamic role of sculpture in the definition and organisation of public space. Statues thus reveal their nature as ever-changing agents: topographical markers, tools for visual orientation, and catalysts for social actions. Their transformations reflect the evolving use of urban space, demonstrating that the value of a monument is never static but continually redefines itself according to the needs and perceptions of the community that engages with it.

Keywords: sculpture, agency, spatial signs, *Forum* of Augustus, *Anaglypha* from the Roman *Forum*, *Praedia* of *Iulia Felix*

FRANCESCO DE ANGELIS

Instabilità e forza della decorazione.

Le raffigurazioni di archi monumentali sui pannelli di Marco Aurelio

Archi monumentali sono raffigurati su tre dei famosi pannelli celebranti imprese e virtù di Marco Aurelio. Ciò che accomuna questi rilievi è il fatto che gli archi che essi riproducono appaiono drasticamente spogliati della loro decorazione figurata – una circostanza paradossale, soprattutto se si pensa che i pannelli in origine dovevano essi stessi decorare un arco. Tale circostanza può essere fatta risalire a due ordini di ragioni: da un lato, il desiderio di attenuare l'identità specifica dei monumenti raffigurati, così da non porli in un rapporto di concorrenza con l'imperatore stesso; dall'altro, lo statuto ascrivito più in generale alla decorazione figurata degli archi, percepita non come elemento statico e immutabile, bensì come una componente provvista di una sua autonomia, al punto da travalicare il confine tra lo spazio del monumento e lo spazio “reale”. In definitiva, la resa semplificata degli archi sui rilievi invita l'osservatore a partecipare attivamente alla costruzione dell'immagine, integrando mentalmente gli elementi mancanti.

Parole chiave: archi monumentali, Domiziano, Marco Aurelio, *profectio*; *adventus*, trionfo, *Fortuna Redux*

Three of the famous panels celebrating the deeds and virtues of Marcus Aurelius depict monumental arches. These reliefs share the fact that the arches they reproduce appear drastically stripped of their figural decoration – a paradoxical circumstance, especially if one considers that the panels were themselves intended to decorate an arch. This circumstance can be attributed to two sets of reasons: on the one hand, the desire to attenuate the specific identity of those monuments, so as not to place them in a competitive relationship with the emperor himself; on the other, the status ascribed to the figurative decoration of the arches, which was perceived not as static and immutable, but as a component endowed with its own autonomy, which allowed it to cross the boundary between the space of the monument and “real” space. Ultimately, the simplified rendering of the arches on the reliefs invited the observer actively to participate in the construction of the image by mentally integrating the missing elements.

Keywords: monumental arch, Domitian, Marcus Aurelius, *profectio*, *adventus*, triumph, *Fortuna Redux*

MONICA SALVADORI

*Agency, performatività e produzione dello spazio
nel giardino dipinto della Villa di Livia a Prima Porta*

L'articolo propone una rilettura del giardino dipinto della Villa di Livia a Prima Porta alla luce della teoria dell'*agency* delle immagini. Integrando le prospettive di Alfred Gell e Horst Bredekamp, il ciclo pittorico viene interpretato non come semplice decorazione naturalistica, ma come dispositivo capace di produrre effetti percettivi, spaziali e ideologici. L'affresco riconfigura lo spazio architettonico dell'ambiente ipogeo trasformandolo in un paesaggio immersivo che dissolve il limite tra interno ed esterno. La simultaneità di fiori e frutti introduce inoltre una temporalità sospesa che allude a una condizione di perenne prosperità. In questo modo l'immagine contribuisce a naturalizzare l'ordine politico augusteo, traducendolo in esperienza sensoriale. L'assenza di un centro iconografico dominante favorisce una fruizione circolare e coinvolge direttamente il corpo dello spettatore. L'*agency* dell'immagine emerge così dall'interazione tra forma pittorica, spazio architettonico e contesto storico-politico.

Parole chiave: pittura romana, giardino dipinto, percezione dello spazio, ordine naturale, ideologia augustea

The article proposes a reinterpretation of the painted garden of the Villa of Livia at Prima Porta considering the theory of the agency of images. By integrating the perspectives of Alfred Gell and Horst Bredekamp, the pictorial cycle is interpreted not as a simple naturalistic decoration but as a device capable of producing perceptual, spatial, and ideological effects. The fresco reconfigures the architectural space of the hypogeal room, transforming it into an immersive landscape that dissolves the boundary between interior and exterior. The simultaneity of flowers and fruits further introduces a suspended temporality that alludes to a condition of perpetual prosperity. In this way, the image contributes to naturalizing the Augustan political order by translating it into a sensory experience. The absence of a dominant iconographic centre encourages a circular mode of viewing and directly engages the spectator's body. The agency of the image thus emerges from the interaction between pictorial form, architectural space, and the historical-political context.

Keywords: Roman wall painting, painted garden, spatial perception, natural order, Augustan ideology

ANNA ANGUISSOLA

Materia, rito e memoria: il concetto di agency e i sarcofagi romani di Hierapolis di Frigia

A Hierapolis di Frigia (Pamukkale, Denizli, nell'odierna Turchia) sono state rinvenute migliaia di sarcofagi romani, spesso ancora nella loro collocazione originale e accompagnati da un ricco corpus di iscrizioni. Ricerche recenti hanno dimostrato che si trattava, per la maggior parte, di prodotti locali, realizzati con pietra estratta nelle vicinanze da artigiani che lavoravano in stretta collaborazione con i loro committenti. In nessun altro luogo del mondo romano è possibile ricostruire con tale precisione le identità storiche, le dinamiche sociali e le pratiche rituali che plasmarono il paesaggio funerario. Questo articolo esplora diverse dimensioni dell'agentività attraverso tre studi di caso, seguendo un percorso cronologico lungo le tappe

chiave della biografia di un sarcofago: la sua produzione; i rituali nei quali ebbe un ruolo centrale; la formazione della memoria individuale e collettiva. Nel loro insieme, questi esempi delineano l'agentività come un sistema di relazioni – tra agenti umani e non umani, animati e inanimati – che al tempo stesso struttura l'azione entro consuetudini consolidate e rende possibile l'innovazione.

Parole Chiave: sarcofagi, marmo, travertino, *Hierapolis* di Frigia, necropoli romana

Thousands of Roman sarcophagi have been uncovered at Hierapolis in Phrygia (modern-day Turkey), often still in their original locations and accompanied by a rich corpus of inscriptions. Recent research has demonstrated that most of these sarcophagi were produced locally, using stone quarried nearby, by craftsmen working in close collaboration with their patrons. Nowhere else in the Roman world is it possible to reconstruct with such precision the historical personhoods, social dynamics, and ritual practices that shaped the funerary landscape. This paper explores different dimensions of agency through three case studies, following a chronological path through key stages in the biography of a sarcophagus: its production; the rituals in which it played a central role; and the shaping of individual and collective memory. Taken together, these case studies offer an approach to agency as a system of relationships – between human and non-human, animate and inanimate agents – that both structures action and enables innovation and deliberate choice.

Keywords: sarcophagi, marble, travertine, *Hierapolis* of Phrygia, Roman necropolis

MAURO MENICHETTI

Alfred Gell e l'“abduzione di soggettività”. Tra imagines maiorum e summi viri

L'*agency* proposta da Alfred Gell conduce direttamente al centro del funzionamento di un oggetto inserito in un contesto di relazioni sociali. Disegni, rappresentazioni aniconiche, statue e immagini acquisiscono una “personalità” sociale grazie alla cessione di soggettività da parte di un individuo o gruppo sociale a loro volta inseriti entro un tessuto sociale, politico e culturale. L'esempio che qui si è scelto per verificare l'*agency* di Gell riguarda il caso ben noto delle immagini degli antenati nel contesto del *funus* romano di rango aristocratico.

Parole-chiave: *imagines maiorum*, *funus*, *agency*

The *agency* proposed by Alfred Gell leads directly to the core functioning of an object within a context of social relationships. Drawings, non-iconic representations, statues, and images acquire a “social personality” through the transfer of subjectivity from an individual or social group, which in turn are embedded within a social, political, and cultural fabric. The example chosen here to verify Gell's *agency* concerns the well-known case of the “*imagines maiorum*” in the context of the Roman aristocratic funeral (*funus*).

Keywords: *imagines maiorum*, *funus*, art agency

LUCA SCALCO

Azioni rappresentate e immagini che agiscono: gesti affettivi tra agency ed embodiment

Il contributo analizza la raffigurazione di due gesti, l'abbraccio e l'accudimento materno, focalizzandosi sui rilievi funerari ed ampliando la prospettiva a scene provenienti da contesti domestici o pubblici. Attraverso l'uso del gellogram, si analizza il funzionamento di tali elementi iconografici in ottica di *agency* dell'immagine: i due gesti figurano come invarianti che ampliano la dimensione semantica, consentendo all'osservatore di avvicinarsi ai soggetti rappresentati, di comprendere meglio il modello astratto di riferimento, di sottendere e partecipare a realtà immaginarie o non esplicitate.

Parole chiave: gesti, abbraccio, accudimento, immedesimazione, arte funeraria

The paper analyses the depiction of two gestures, the embrace and child-rearing scenes, focusing on funerary reliefs and widening the perspective to scenes from domestic or public contexts. The gellogram is utilised to analyse the functionality of these iconographic elements from the perspective of agency. The two gestures figure as invariants that expand the semantic dimension of the images, enabling the observer to approach the subjects represented, to comprehend the abstract model of reference, and to facilitate the understanding and the participation to imaginary or unexplained realities.

Keywords: gestures, embraces, child-rearing, embodiment, funerary art