

**Whitney Davis, 2011, *A General Theory of Visual Culture*, Princeton University Press, Princeton-Oxford, pp. 384.**

«This is not a book about art and aesthetics» (p. 4) – esordisce lo storico dell'arte Whitney Davis. Eppure il testo insiste sull'oggetto opera d'arte dacché in esso si reifica l'aspetto più peculiare della cultura visuale. Nel definire le sue scelte metodologiche, Davis dichiara l'urgenza di unire lo studio scientifico della visione (perceptivo e cognitivo) alla storia dell'arte e all'estetica, confessando la conscia difficoltà di un approccio multidisciplinare. D'altra parte, ciò che, in questa prospettiva aperta, permette la comprensione dell'immagine eccede il suo carattere visuale e produce la complessità e l'indeterminatezza stesse dei *visual studies*. I meccanismi di riconoscimento e di individuazione tematica dell'immagine, infatti, sono immersi in un «orizzonte di ambiguità percettiva e interpretativa» (p. 25), che può essere dissolto solo spostando l'attenzione dall'oggetto (percepito) al soggetto (che percepisce). I *visual studies* si configurano, quindi, in prima istanza, come studi antropologici, poiché indagano gli agenti prima che i manufatti.

Sin dalle prime pagine del testo, Davis lavora sistematicamente sull'elaborazione di un vocabolario specifico, di un glossario, di un linguaggio specialistico che è, esso stesso, il metodo dei *visual studies*. Si tratta di un thesaurus di neologismi composti allo scopo di generare nuove categorie concettuali che assecondino la tendenza onnivora della teoria generale cui l'autore allude nel titolo del libro: *visuality*, *visibilization*, *iconographic succession*, *cultural succession*,

*pictoriality*, *pictorialization*, *aspectivity*, *aspective interdetermination*, *indiscernability*. A questo riguardo, il testo è percorso dalla volontà teorica di ridefinire la storia dell'immagine attraverso un racconto nuovo della storia dello stile; della *pictoriality*, cioè della condizione formale dell'immagine, della *figuralità*; e dell'iconografia. La ricostruzione delle tradizioni otto-novecentesche di ricerca sull'immagine, attuata mediante il richiamo ai nomi di Wölfflin, Roger Fry, Richard Wollheim, Alois Riegl, Aby Warburg ed Erwin Panofsky, di Giovanni Morelli e di Michael Baxandall, fa di questo lavoro una vera e propria opera di tessitura della storia dei *visual studies* o, meglio, una rassegna critica dei luoghi degli studi umanistici in cui si affronta il problema dell'immagine. Lo scopo è quello di dimostrare la parzialità di questi approcci e di proporre un metodo che sappia aprirsi all'attenzione del *connoisseur*, da un lato, all'osservazione del piano formale dell'opera e, contestualmente, faccia da complemento alla ricerca storico-artistica, che non può, con i suoi mezzi, emanciparsi dall'incompletezza delle fonti, dalle lacune documentali e dalle incertezze attributive. Al metodo e al linguaggio descrittivo della storia dell'arte, che si appoggiano ai risultati della cultura materiale, Davis oppone una proposta di studio che altrove è stata definita astratta; astratta da quel fatto che è l'opera d'arte.

Nel capitolo 5, l'autore approda criticamente al discorso sul metodo della semiotica, annoverato tra i modi di lettura possibili dell'immagine, che fanno da controparte al modo proprio dei *visual studies*. La specificità dell'oggetto dei *visual studies* non consiste nel carattere della leggibilità – sostiene Davis (p. 122) – ma nel carattere della visibilità. La tendenza della semiotica è quella di leggere i

segni, mentre ciò che i *visual studies* richiedono alla ricerca è di *vedere* i segni, ossia di vedere i sensi senza ridurli a un piano espressivo lineare, razionalmente strutturato. La lettura semiotica dell'immagine, infatti, non riesce – secondo l'autore – a preservare la distanza tra l'opera e lo spettatore, ossia quella separatezza che è specularmente tipica della condizione dell'opera d'arte e dello spettatore e che è necessaria a cogliere il portato di senso dell'immagine nella sua completezza, come immagine presente e come esito di uno sviluppo diacronico. La sensibilità per il contesto di origine dell'opera d'arte – cultura, tradizioni, gusto, intenzioni, destinazione, significati, tecniche, materiali – è senz'altro più prossima alla filologia che alla filosofia, del resto. Nel dare una definizione di rappresentazione, quale argomento basilare nel quadro della sua ricerca, Davis sceglie di eludere il lessico della filosofia del linguaggio. Sarà nell'epilogo della trattazione che le scienze del linguaggio troveranno il loro posto nell'estensione teorica dei *visual studies*.

A picture is a visual recursion of non pictorial stuff, of matter or marks [...] As I will put it, we replicate *pictoriality*: we pictorialize the marks when we replicate what they have been seen-as in order to see just this thing in them. When we reproduce this pictoriality in order for others to see it as well [...] we have produced depiction, a stable “picture” of the kind addressed by art historians and philosophers of reference, representation and communication (p. 150).

La storia dell'immagine coincide, dunque, con un percorso che procede dalla *pictoriality* alla *depiction*, per accumulazione e ripetizione di intenzioni, contenuti, interpretazioni e connotazioni. Questi passaggi sono, poi,

pertinentizzati secondo le direzioni di senso che il contesto di produzione e ricezione agevola con maggiore spontaneità e frequenza. In questo senso, l'immagine ha una doppia identità: essa è, al contempo, un oggetto storico e contingente («[the] occasionality of pictoriality», p. 155); appartiene al tempo e al momento, e replica, così, la natura del linguaggio verbale.

Una volta raggiunta una stabilità semantica nella prassi sociale, una volta diventata (h)abituale, l'immagine può sottrarsi alle norme convenzionali del suo linguaggio e creare le condizioni per un avanzamento della storia della *pictoriality*. L'*Olympia* di Manet, per esempio, viene risolutamente rigettata dalla critica perché «[it] failed to signify» (p. 216), afferma Davis ricordando lo storico dell'arte inglese Timothy James Clark. *Olympia*, cioè, mostrava un contenuto iconografico noto, un referente riconoscibile – il ritratto di un'accompagnatrice raffinata – ma non rimandava a un'iconologia possibile. In altri termini, il dipinto, parlando un linguaggio stilistico originale e proponendo un soggetto che non apparteneva ancora al consolidato repertorio dell'arte pittorica, si collocava al di fuori della cultura visuale cui Manet apparteneva. Quest'opera non aveva una storia; non risultava dalla ripetizione di intenzioni, contenuti, interpretazioni e connotazioni che si era già dispiegata alle sue spalle. La medesima resistenza dell'immagine alla comprensione dello spettatore si può verificare in circostanze diverse. Di queste, Davis fornisce alcuni altri esempi senza tentare di esaurirne il vasto campionario. *Il cavaliere, la Morte e il Diavolo* di Albrecht Dürer è un'incisione del 1513 a cui molti studiosi – Davis cita Panofsky e Wölfflin – hanno dedicato l'impiego impegnato delle loro abilità ermeneutiche. Ciò che fa di questa

immagine un oggetto sfuggente non risiede nella difficoltà di ricostruire la fattura della matrice, la configurazione del primo stato dell'invenzione, ma una qualità estranea al piano formale: la sua identità allegorica. Di essa sono ormai smarriti i significati originari. Questi non appartengono al tempo dello spettatore e non possono essere recuperati se non attraverso un'ipotetica *ekphrasis* dell'immagine colta mediante la filologia e mediante un irraggiungibile adattamento del modo di vedere il mondo dello spettatore di oggi, o di un passato distante dall'opera, al modo di vedere il mondo di Dürer e dei suoi contemporanei, ai quali l'immagine era originariamente destinata. Lo spazio in cui si può accedere al significato dell'immagine è uno spazio intersoggettivo la cui dimensione si interseca con la storia, con il ripetersi, consolidarsi e svanire della significazione dell'immagine.

Approcciarsi ai *visual studies*, allora, vuol dire produrre un metodo di analisi dell'immagine che non si configuri come un'indagine squisitamente visuale, ma che sappia afferrare ciò che non si mostra, il corredo e complemento all'immagine; la cornice e la situazione di elaborazione. La *visuality* – ossia la visione culturalizzata; la dimensione simbolica della percezione visiva; una maniera consolidata nella prassi sociale di vedere, immaginare e produrre immagini (p. 230) – sussiste e si offre alla comprensione solo come il seguito delle complesse attività estetiche, di pensiero e di consapevole adesione a un sistema culturale che consentono di dare all'immagine una collocazione nelle strutture antropologiche della significazione. Così, l'identità dell'immagine acquisisce completezza e coerenza non nella mera somiglianza all'oggetto, ma in un'iconicità ripetuta, riconosciuta e convenzionalizzata nel contesto di una forma di vita, in cui l'immagine è un elemento utile del

linguaggio, ossia un utensile per produrre senso.

Nel nono e penultimo capitolo del suo libro, tirando le somme della sua trattazione, Davis riprende il paragrafo 2 delle *Ricerche filosofiche* di Wittgenstein per dimostrare, quindi, il carattere ellittico dell'immagine. Come la proposizione: «Lastra!» può significare un'abbreviazione della proposizione: «Portami una lastra» al muratore che partecipa alla *Lebensform* del cantiere, così l'immagine inerisce alla *Lebensform* in cui ha origine sintetizzando il contenuto di senso, che appare chiaro nella sua totalità solo a chi partecipa alla medesima *Lebensform*, a chi ha confidenza con il linguaggio – in senso lato, ossia il linguaggio delle parole, dei gesti e delle altre pratiche comunicative – che si parla in quel contesto. Chi fruisce o produce l'immagine, come il parlante, opera secondo le regole del gioco, insomma: il linguaggio visuale, come il linguaggio verbale, si regge su un sistema di regole che varia col contesto di enunciazione, condizionando, parallelamente, le condizioni di intelligibilità dell'enunciazione visuale. La diversificazione dei giochi, cui partecipano gli agenti dei molteplici linguaggi di una situazione culturale individuata nel tempo e nello spazio, e delle loro regole permette a Andy Warhol di esporre in galleria *Brillo*, *Cornflakes*, *Matt's Apple Juice Boxes* e *Campbell's Soup Can*. L'artista, infatti, non gioca il medesimo gioco dei designer del packaging dei prodotti originali, né quello dei consumatori al supermercato (pp. 299-300): pur persistendo l'aspetto morfologico, la somiglianza visuale al referente, varia il contesto dell'enunciazione (non un negozio di generi alimentari, ma un ambiente dedicato alla vendita di opere d'arte); variano i materiali (non sapone, cibi e confezioni in cartone, ma acrilico e serigrafia su legno). Il valore

dell'immagine, del prodotto visuale della cultura, è qualcosa di più del suo aspetto formale; il valore dell'operazione linguistica di Warhol può essere compreso solo considerandola come il risultato di una storia dei fatti artistici del Novecento, a sua volta intrecciata a precise istanze della cultura contemporanea; accogliendola nel nostro repertorio di immagini artistiche; ricevendola nelle sue qualità estetiche; configurandola nella fitta rete di significazioni a cui può correlarsi dalla prospettiva della *Lebensform* cui apparteniamo.

**Annalisa Laganà**  
Università degli Studi di Udine  
annalisa.lagana@gmail.com