

L'anno del recap

Bianca Terracciano

11 Febbraio 2026

Rendere partecipe il mondo della nostra quotidianità ormai sembra un'attività scontata, come se ogni azione, pensiero o battuta fosse di per sé di ineguagliabile importanza e immediatamente adatta a rimpolpare l'autorevolezza dell'immagine pubblica. Questa pratica si massimizza in forma di bilanci e aperture nel passaggio di testimone tra un anno e l'altro, un momento ricorsivo in cui la condivisione diventa massiva e intensiva, risignificando l'accezione di interesse in quanto "partecipazione pratica e attiva dello spirito a una qualsiasi realtà, fatto, evento" (vocabolario Treccani). Mi riferisco ai contenuti social mediali che ricapitolano l'anno, detti anche "recap", che non si limitano a selezionare momenti, ma producono una sintassi retrospettiva dell'esperienza. I recap sono disponibili in molti formati: realizzati con template, generati da intelligenze artificiali – *Spotify Wrapped*, *Google Foto*, *YouTube* – o messi insieme come "dump" – scariche di foto di momenti topici raccolte nei caroselli di Instagram – o, ancora, minuziosi montaggi di clip raccolte per documentare ogni giorno dell'anno.

La documentazione costante è, per citare Flusser in *Per una filosofia della fotografia* (Mondadori 2006), una tossicodipendenza: eventi, luoghi, persone esistono perché sono stati ripresi e fotografati, anche se la loro essenza viene processata dal dispositivo, dalla riproducibilità e dalla pubblicazione. Quest'ultima rientra nella definizione di post-fotografico a opera di Fontcuberta, nel senso che catturare un episodio di vita non acquisisce senso se non viene condiviso, divulgato, reso, appunto, pubblico. La vita privata si sfrangia in una costante autorappresentazione, che trova la ragion d'essere nell'approvazione in cuori, like, vari tipi di emozioni/reazioni cristallizzate in emoji sempre uguali. Così, la documentazione non certifica il reale, ma lo sostituisce poiché il non registrato scivola in una zona grigia dell'esperienza, una sorta di non-evento. L'immagine non conserva il mondo, lo rimpiazza, pena l'ansia sociale. Lo stare al mondo come mix tra pubblico e privato è stato materializzato dall'artista Erik Kessels nell'opera *24hrs in Photos*, che ha riempito diversi tipi di spazi con 350.000 foto stampate,

tratte dall'attività di una giornata di social media come Flickr o Facebook. La visione d'insieme di una tale mole d'immagini, disperse in modo apparentemente casuale come rifiuti, rivela che la disseminazione online della vita funziona come un buco nero dell'autorappresentazione, dove la persona pubblica entra volontariamente per poi essere travolta dalle logiche della sovraesposizione. Si tratta di una fagocitazione dell'individualità e dell'aura di unicità benjaminiana, ma con un ribaltamento decisivo dell'iconofagia: non siamo più noi a consumare immagini per nutrire il senso dell'esperienza, sono le immagini a consumarci, a metabolizzare corpi, gesti e biografie fino a ridurle a deiezioni visive replicabili.

|| In pausa



Il tuo Recap

Il Recap di Bianca



La famelicità con cui si fruiscono le immagini serve a fare pace con il tempo, a digerire il suo passaggio e la sua perdita. Lo stesso Fontcuberta [riflette sull'iconofagia](#) con diversi esempi filmici e letterari, e giunge alla conclusione che la fame d'immagini della contemporaneità si pone come rimedio all'oblio poiché, similmente a come accade nella cultura swahili, l'anima sopravvive finché si sopravvive nel *sasha*, nella memoria delle persone che abitano il presente. Dunque, paradossalmente, nella società contemporanea dominata dalla pratica del *ghosting* – scomparire dal flusso comunicativo senza spiegazioni –, la paura principale è diventare fantasmi. In un simile scenario, la sparizione non è più un evento eccezionale, bensì una minaccia strutturale dove non essere visualizzate/i equivale a non essere state/i. La visualizzazione diventa così la soglia minima dell'esistenza sociale, anche se ci sono buone probabilità che a nessuno importi cosa abbiamo fatto nel 2025 e se abbiamo buoni propositi per il 2026. Il recap, allora, non è solo un bilancio del tempo, ma una strategia difensiva contro l'irrilevanza e l'intangibile, la contropartita della rappresentazione digitale. Fontcuberta esplora la dematerializzazione delle immagini nell'era postfotografica con il progetto *Gastropoda*, avviato nel 2012, che prende il nome dalla classe di molluschi di cui fanno parte le lumache. Per Fontcuberta la lumaca è metafora del ciclo vitale delle immagini, che si riproducono per mitosi, ramificando una discendenza clonale. Le immagini rilevanti sono dei cliché, degli stereotipi rappresentazionali, da cui gemmano le modalità di rappresentazione del sé e della vita che attraversa, come afferma Fontcuberta, una concatenazione stagionale: primavera (germinazione), estate (giovinezza), autunno (maturità) e inverno (declino). Il ciclo di vita delle immagini percorre la stessa traiettoria del recap, articolandosi in scene tipiche tematizzate secondo un tempo convenzionale più che individuale, caratteristica che lo definisce non tanto come formato espressivo quanto come pratica semiotica di chiusura provvisoria del flusso.

Il recap, così come il fragore delle immagini descritto da Fontcuberta, si manifesta come forma breve tra due silenzi, quello dell'anno già iniziato e quello del suo dispiegarsi. I recap, così come foto e video digitali, come afferma Fontcuberta, sono immateriali, non sono altro che soffi di informazione, e l'operazione di accumularle e poi rimontarle in storia dell'anno non toglie tempo al tempo come si vorrebbe, bensì, pur di sopravvivere negli schermi, rende i corpi e la loro materialità una *non-cosa*. Byung-Chul Han teorizza le *non-cose* per spiegare il declino del reale, dell'esperienza empirica, inglobata dalla necessità della validazione per ostentazione. Han propone l'esempio dei selfie che, pure se scattati come foto ricordo, denegano tale pratica memoriale poiché vincolati all'attualità e, pertanto, volatili più di una storia di Instagram. Date queste

premesse, il recap si presenta come un tentativo di preservare l'esperienza che finisce invece per accelerarne la smaterializzazione, traducendo il vissuto in informazione volatile, destinata al consumo e all'oblio.

The background image shows a town, likely Pomigliano d'Arco, nestled in a valley. The town is characterized by numerous buildings and several tall, thin chimneys or towers that rise into the sky. The sky is filled with large, soft, white clouds, creating a hazy atmosphere. The overall color palette is dominated by blues and greys, with the white of the clouds providing contrast. The text 'Pomigliano d'Arco' is overlaid in a large, bold, white font, centered in the lower half of the image.

Pomigliano d'Arco

Allora come ci poniamo dinanzi un collage di selfie, foto e video preparato da *Google Foto* per ricordare l'anno trascorso? Il recap diventa un medium del ricordo solo perché etichettato come tale? È la sua ripetizione nel tempo, la possibilità di riprodurlo come forma del tutto nuova che lo rende espressione di una memoria? Per quanto un recap sia lungo e appassionante può mai significare un momento di vita e sussumerlo nel tocco su un pulsante o in uno scrolling distratto? Il recap funziona come memoria solo in senso formale perché non ricorda, ma attribuisce dignità di memoria di eventi, luoghi e persone.

Ora bisogna per forza ritornare all'accezione cronogenetica dell'anno solare, che similmente al ciclo vitale dell'immagine proposto da Fontcuberta, vuole trovare una promessa di futuro nella fine del presente. Il recap, per definizione resoconto e ricapitolazione, rende i fatti memorabili perché reinterpreta la loro evanescenza, reinterpreta l'oblio nella ripetizione di forme, formati e schemi narrativi canonici. E così i template per ordinare e condividere i momenti topici dell'anno servono a mettere ordine nel cumulo di macerie del presente, come se, similmente all'*Angelus Novus* di Klee analizzato da Benjamin, il loro sguardo sul passato potesse restituire schegge messianiche nascoste negli interstizi dell'iteratività. I recap generati da AI come *Spotify Wrapped* e *Google Foto* sono iterativi perché riducono ogni esperienza di vita a grandezze identiche o comparabili, finalizzate a "impacchettare" l'intervallo temporale definito "anno" come un modo per comprendersi, accettarsi, o riprendere controllo a posteriori sul senso del flusso degli eventi. Qui il problema sta nello scopo dei recap generati in automatico, che sì, ci parlano di noi, ma anche delle nostre tracce registrate per scopi di marketing, nella misura in cui esistiamo come pattern di consumo. L'identità che restituiscono è una media statistica affettivizzata, pronta per essere condivisa come autoritratto, tanto che il non avere uno *Spotify Wrapped* da pubblicare genera un "effetto FOMO", la paura dell'esclusione dai flussi social mediali. Non condividere un *Wrapped* o un recap equivale ad ammettere di non avere avuto un anno interessante perché non leggibile secondo i formati dominanti. L'imperativo di raccontarsi tramite un'immagine clonata all'infinito genera una ridondanza di segni dell'io, che, per scarto, diventano superflui a causa della ripetizione in serie. Va detto, però, che la ripetizione dello stesso tipo di contenuti diventa significativa per una comunità di persone per via della ricorsività del senso affermato, motivato dall'omologarsi a una pratica rilevante per rioccorrimiento. In altri termini, nonostante il rumore generato da un flusso di racconti dell'anno sempre uguali, l'acquisizione di senso si ottiene per l'iterazione di occorrimenti dello stesso formato visivo, tematizzato come bilancio o autocelebrazione. Perciò il recap si è sedimentato come genere discorsivo autonomo, nato dalla necessità di risignificare la carenza di materialità di tutti i

dati consumati e prodotti in un anno. Sta di fatto che l'intelligenza artificiale non intercetta la rilevanza simbolica delle persone ritratte nelle foto, né il peso affettivo dei luoghi in cui ci ha geolocalizzato, anche quando offre la possibilità di eliminarli da una bozza, peraltro con risultati modesti. Nel recap propostomi da *Google Foto*, Naha, Parigi e Pomigliano d'Arco vengono trattate come equivalenti destinazioni da sogno, anche se va da sé che una non rientra esattamente nell'immaginario vacanziero. L'AI calcola la rilevanza dei momenti di vita sulla base della distanza geografica e della frequenza degli scatti, ignorando sistematicamente le motivazioni degli spostamenti e la specificità degli eventi. Il risultato è spesso straniante, quando non apertamente imbarazzante, specie per la colonna sonora imposta d'ufficio.

Tradurre i contenuti che ci fagocitano e redistribuirli in recap simbolo di un anno solare vuol dire rincorrere il tempo perfetto dell'esistenza, definito da Aristotele nei *Metafisica* come "quello al di fuori del quale non si può trovare alcun tempo che sia parte di esso".

Nel tentativo di afferrare un tempo perfetto, finiamo per accontentarci della sua simulazione: un anno esiste nella misura in cui può essere mostrato, riassunto e archiviato in pochi secondi, su supporti che non ci rappresentano ma che continuiamo ad abitare come se fossero l'unica forma possibile del nostro vissuto.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.

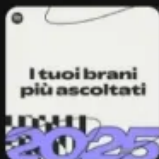
Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)



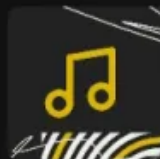
Le tue storie



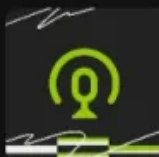
Wrapped Party



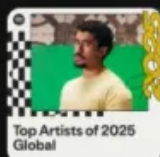
I tuoi brani più ascoltati del 20...



2025 in Musica



2025 in Podcast



Top Artists of
2025 Global

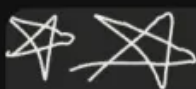
Il tuo Wrapped 2025

Rivivi il tuo anno su Spotify.



Vai

Realizzati per te



Novità

Wrapped
Party



I tuoi brani
più ascoltati

