

Il grado zero della postfotografia: ritagli e griglie vuote come prassi enunciazionali dell'immagine social

Abstract

Social media contents are syncretic objects endowed with a dual plastic and figurative nature. They are the product of a collective *enunciational* praxis grounded in mechanisms of citation, repetition, and variation of recurring iconic patterns: a repertoire of visual or audiovisual templates that regulate the representation of objects and events. Such representational devices or, in some cases, devices of non-representation, such as the 'empty' grids characteristic of certain Generation Alpha Instagram profiles, define the social interface of enunciation, contributing to the formation of recognizable styles associated with specific platforms or rhetorical regimes. In this context, postmedial photography functions as an interface between expression and content (as level and as text), between gesture and style, between use and memory.

Keywords

SOCIAL MEDIA; GRID ZERO; SEMIOTICS; ENUNCIATIONAL PRAXIS; POSTPHOTOGRAPHIC; STICKERS

Le pratiche ricorrenti su Instagram e TikTok si configurano come forme di costruzione dell'identità attraverso l'immagine postfotografica. Il mio obiettivo è mostrare non 'cosa' rappresentano, ma 'come' funzionano in quanto dispositivi enunciativi e quali effetti di senso producono, per descrivere regolarità formali e valoriali che altrimenti resterebbero impressioni 'stilistiche'.

I contenuti social mediali sono oggetti sincretici dotati di una duplice natura plastica e figurativa, poiché composti da colori, forme, elementi disposti nello spazio e figure del mondo riconoscibili. Quanto pubblicato sui social media è frutto di una 'prassi enunciazionale collettiva', di pratiche intersoggettive di produzione discorsiva, applicazione e uso dei linguaggi. La prassi enunciazionale condivisa si basa

su dispositivi di citazione, ripetizione e variazione di pattern iconici ricorrenti: un insieme di *template* visivi o audiovisivi che normano la rappresentazione degli oggetti e degli eventi. Tali dispositivi di rappresentazione – o di non rappresentazione, come le griglie ‘vuote’ degli account Instagram delle Gen Z e Alpha – definiscono l’interfaccia social(e) dell’enunciazione, contribuendo a strutturare stili riconoscibili legati a piattaforme o a regimi retorici specifici. Di conseguenza, va riconosciuto il ruolo del ragionamento figurativo, ovvero quella modalità di produzione di senso fondata su analogie, catacresi e sovrapposizioni simboliche per sostenere credenze e visioni del mondo attraverso figure, più che per argomentazioni. In questi casi, l’efficacia comunicativa non deriva dalla veridizione, ma dalla potenza della somiglianza evocativa, come dimostrano certe strategie di propaganda visiva, in cui, ad esempio, rientra l’accostamento arbitrario tra simboli religiosi e politici per suggerire un’affiliazione ideologica, oppure l’invio e l’apposizione di sticker, ritagli fotografici da creare in autonomia o depositati in bacini visivi condivisi. È così che la fotografia postmediale funge da interfaccia tra espressione e contenuto (inteso come livello e testo), tra gesto e stile, tra uso e memoria. Essa non rappresenta: dice, invita, mette in scena.

Se la “postfotografia” è, come scrive Grespi⁻¹, il luogo dell’estrema vernacularizzazione dello scatto e della trasformazione di un’arte, allora la fotografia subisce un processo di adattamento a dei ‘POV’ (point of view) non esperti, cioè a punti di vista parziali e superficiali. Per questa forma espressiva viene in soccorso una semiotica del visivo, il cui fondamento è il saggio di Greimas⁻² *Semiotica plastica e Semiotica figurativa*.

Risulta indubbio che il postfotografico socialmediale di Instagram, sostanzialmente dalle storie evanescenti dalla durata di 24 ore e dalla ‘grid zero’ che muta in continuazione il suo contenuto, appare marcato da “una ‘volatilità’ caratteristica dell’espressione orale”⁻³. La volatilità è un calco della comunicazione *in praesentia*, di natura effimera, ossia l’oralità. Si tratta di una sorta di ritorno alla dicotomia oralità *vs* scrittura trattata da Platone nel *Fedro*, questa volta realizzata dalla stessa tecnologia, la quale sembra quasi rifiutare l’immobilità di ciò che permane per colpire l’animo di chi fruisce il contenuto e creare un effetto veridittivo correlato alla conoscenza dell’alterità⁻⁴. È la massima espressione dell’oralità elettronica propugnata da Walter J. Ong⁻⁵, dove alla simultaneità temporale aggiunge l’evanescenza dei contenuti fondata sui ritmi temporali della comunicazione emotiva, estremamente variabile e labile, a seconda dei soggetti e dei contesti.

DISPOSITIVI DI (NON) RAPPRESENTAZIONE

Il postfotografico è la punta dell’iceberg di una rivoluzione del voler apparire, del voler essere, e, sui social ‘tradizionali’, rappresenta una crociata nei confronti dell’identità virtuale forzata e idealizzata, che spesso elimina il fattore divertimento dalla comunicazione del sé.

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.

La documentazione costante, seguendo Flusser⁻⁶ in *Per una filosofia della fotografia*, è paragonabile alla 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 postfotografico a opera di Fontcuberta⁻⁷, 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.

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⁻⁸ 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. Il presente viene di continuo glorificato nelle pratiche postfotografiche come i selfie⁻⁹. 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, e l'annullamento dell'attività di pubblicazione, o la sua riduzione a lassi di tempo limitati, risulta un fenomeno di assoluto interesse nell'ambito del postfotografico poiché descrive un mutamento delle pratiche di rappresentazione.

Grid zero è una pratica ancora poco studiata in ambito accademico; dunque, il mio contributo si propone di tracciare percorsi di analisi a partire dal pattern comunicativo di svuotamento di un account Instagram delle immagini, che pertiene alla negazione della ragion d'essere del social medium. In tale prospettiva non è possibile fare riferimento a un corpus selezionato con criteri standard, bensì ci si riferisce a un'osservazione di pratiche social mediali relativa al biennio 2024-2026.

Usi e pratiche comportano strategie nate e diffuse dal basso e, visto che la semiotica si occupa delle strutture interne appartenenti a sistemi di relazione, modi universali di esistenza stratificati in piani, livelli e sottosistemi, applicarne le teorie caratterizzanti risulta utile per delineare i tratti invarianti che mettono in discorso le connotazioni sociali legate alle circostanze di affermazione di stili di espressione come grid zero e stickers. Nei prossimi paragrafi le teorie semiotiche fondative verranno messe in relazione con tali pratiche di pubblicazione, che modificano profondamente gli atteggiamenti esteriori e interiori delle persone⁻¹⁰, correlando la loro complessità con fattori culturali o varianti sistemiche.

GRID ZERO, IL VUOTO E L'EVANESCENZA

Cosa accade quando una struttura iperbolica della densità visiva si svuota? Grid zero risuona con il grado zero dell'opposizione analizzato da Barthes⁻¹¹. Per Barthes il grado zero non è un vuoto che rimanda a un nulla, ma "una assenza che significa", "uno stato differenziale puro", che crea senso con il vuoto. Svuotare la griglia non ha connotazione negativa, perché l'assenza istituisce la libertà di esprimersi negando la struttura a favore dell'evento. Dal punto di vista dell'interfaccia, rimanendo su una terminologia barthesiana, la griglia corrisponde alla struttura in cui incasellare il senso, mentre le storie, in quanto eventi, corrispondono all'evento.

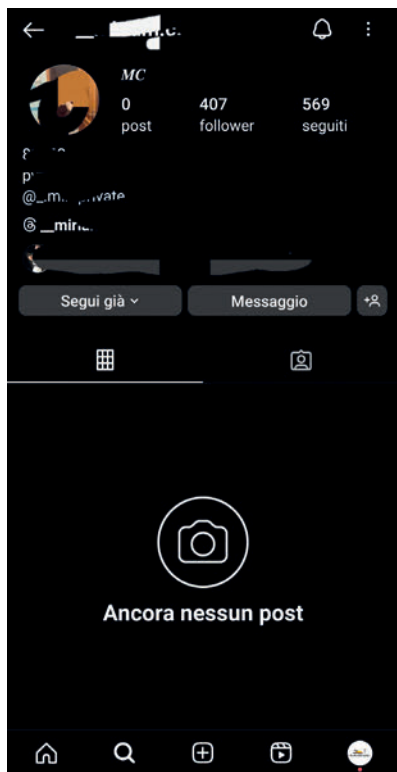
Il vuoto della cancellazione

—

è la matrice di ogni senso possibile, il bianco assoluto in cui si inscrivono e si sommano le opposizioni, la polarità necessaria di ogni pienezza di senso. La pausa che consente l'iscrizione dell'evento significativo⁻¹².

—

Come ricorda Ceriani, l'etimologia di vuoto è vacare, essere libero. La sottrazione delle immagini al *feed* è una tattica comunicativa basata sulla sottrazione e sulla latenza: nel primo caso, il *feed* diminuisce di intensità visiva sino a raggiungere il grado zero, presupponendo la possibilità di pubblicazioni flash, che durano 24 ore o meno, predisponendo chi fruisce il flusso di Instagram a un'attesa perché assiste a un utilizzo non canonico del social medium. L'attesa come tattica comunicativa distingue un soggetto che agisce, in questo caso chi pubblica/fa, e un soggetto che deve essere agito, che prova l'emozione e attende il contenuto pubblicato. Se da un lato chi segue attende un post o una storia,



01

Esempio di grid zero

chi pubblica si ammantava di un'aura di mistero, per rendersi più interessante e aumentare l'efficacia del testo in un mare magnum di contenuti. Dunque, nella grid zero il contenuto si realizza con la pubblicazione, mentre nella situazione 'non marcata' è attualizzato, ma non virtuale, perché l'assenza di immagini è essa stessa una forma di non 'postaggio' figurativizzato dalla griglia vuota, riempibile in potenza.

Nella pratica grid zero è come se l'emozione non passasse mai al vaglio della ragione, perché quest'ultima potrebbe inficiarla con stereotipi comportamentali ed estetici. Il pentimento per aver condiviso qualcosa di 'compromettente' durerebbe comunque poco, se va male un giorno soltanto. La durata della condivisione è proporzionale a quella degli stati d'animo, poiché attua un processo di riproduzione identitaria nel pieno rispetto della sua natura.

Non si tratta di narrazioni che passano dal segreto alla sua rivelazione, ma che svelano il vero in maniera non accessibile a tutti, raffigurando la volatilità del presente attraverso la cancellazione dei contenuti.

La temporalità in effetti è peculiare perché contraddistingue la ragion d'essere dell'archivio web e social, della sua duratività infinita, mentre grid zero ha un'aspettualizzazione puntuale, legata al tempo stesso della condivisione, labile come una emozione, uno stato d'animo. Se il programma narrativo di base di Instagram è testimoniare momenti

di vita, allora la negazione della griglia simula la durata dell'enunciazione enunciata, della vita vissuta. Per quanto una condivisione identitaria possa essere la manifestazione di una forma di vita, in termini semiotici un insieme di pratiche, usi, gesti, indumenti che esprimono un modo di essere, il vuoto significa il non voler appartenere a una convenzione, anche se poi si assume la configurazione discorsiva grid zero, che è pur sempre una pratica assestata in una comunità di senso.

L'alternarsi di vuoto e pieno è una metariflessione sullo statuto della pubblicazione sui social come atto creativo. Lotman riflette sul vuoto in un articolo dettato a Kuzovkina ⁻¹³ e da lei sintetizzato perché reso illeggibile dalla patina del tempo, e lo definisce "ciò che esisteva prima e fino all'atto creativo, e che si mantiene dopo la fine dell'atto stesso" ⁻¹⁴: un'alternanza da cui si generano i moti di rotazione e rivoluzione della terra. Ecco, tale passaggio da vuoto a creazione e ritorno, si replica sui social media nel sintagma distruzione/cancellazione/evanescenza dei contenuti con il conseguente ritorno al grado zero del vuoto.

Il vuoto rimanda anche alla volontà di mantenere la privacy nel regime dell'ostensione e della visibilità, dove la non pubblicazione può significare anche il rigetto della pratica di *overshare*, sovra o ipercondivisione. Chiudere i rubinetti della condivisione è una forma di controllo della persona pubblica soprattutto quando la griglia di Instagram e le storie in evidenza – ormai accorpate come tab della grid – compongono un biglietto da visita o addirittura un elemento di valutazione da parte di possibili datori di lavoro. In tal senso, l'assenza significa rifiuto della pubblica validazione, *trigger* della suscettibilità già aggirabile con l'opzione di non mostrare la quantità dei *love* a un post, datrice di ansia sociale ⁻¹⁵.

Alla fine dei conti, i contenuti evanescenti di Instagram sono lo 'specchio' del *byt* lotmaniano, del conglomerato di pratiche del quotidiano, che, come afferma Sedda ⁻¹⁶, consiste in uno "spazio di una ambivalenza fondamentale, di una costante tensione fra familiarità e straniamento, automatismo e invenzione, ripetizione e differenza". Familiarità perché le storie raccontano del 'decorso della vita', della routine e delle sue piccole e grandi variazioni, mentre straniamento e invenzione descrivono l'arricchimento del quotidiano con maschere e filtri, quegli effetti che rendono speciale la normalità. Il tutto è reiterato in blocchi scanditi da un massimo di tempo, diversi tra di loro per forma e contenuto, ma ridondanti in quanto ricchi di elementi formulari.

Se l'attività di *de-feeding* e grid zero equivale a una decostruzione del contenuto e del senso, allora bisogna calibrare una definizione del postfotografico sui social media a partire dal prefisso 'post', il quale, come nel caso di postverità, indica il quantitativo di emozione condiviso insieme all'informazione, o supposta tale. Così, indipendentemente dal soggetto fotografato, il postfotografico socialmediale incarna "l'essenza stessa di un individuo" che, similmente al ritratto descritto da Lotman ⁻¹⁷, si costruisce sul confronto fra "quello che la persona è e [...] ciò che dovrebbe essere" ⁻¹⁸.

PER UNA SEMIOTICA DELLA PRASSI ENUNCIAZIONALE POSTFOTOGRAFICA

Definire l'organizzazione narrativa del postfotografico sui social network significa, in ottica semiotica, distinguere e gerarchizzare diversi livelli omogenei di descrizione, ossia le isotopie: ripetizioni di *topoi*, categorie tematiche e/o figurative che permettono di mappare i significati in un testo, garantendone la coerenza semantica. Tale coerenza è cruciale nella gestione dell'identità per quanto concerne la corrispondenza tra estetica, valori e contenuti.

Il contenuto diffuso sui social media è un oggetto sincretico, dotato di una duplice natura – plastica e figurativa – di notevole rilievo.

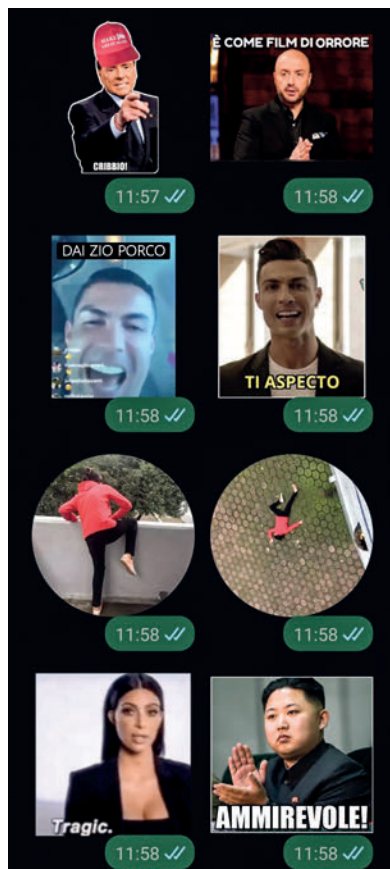
La figuratività costituisce una cornice analitica utile a indagare sistemi di valori sottesi a discorsi, testi o altre forme di espressione. In quanto significanti del mondo naturale, le figure non sono mai neutrali: la loro funzione è manifestare temi, realtà semantiche corporeizzate in funzione del contesto discorsivo.

Senza pretesa di ridefinirne i contorni teorici, un'analisi del postfotografico sui social media rivela che la figuratività deve essere rapportata all'enunciazione, poiché riguarda la produzione di testi manipolati e manipolabili, adattati a interfacce utente specifiche e a determinate sostanze e forme dell'espressione. La teoria della figuratività, tuttora oggetto di dibattito in semiotica, nasce dall'incontro tra il concetto di figurativo della storia dell'arte e la nozione saussuriana di figura, intesa come differenza di significato. La figuratività si estrinseca come un continuum la cui densità semantica raggiunge l'apice nella scarsità di semi contestuali, rendendola (quasi) univoca. L'astrattezza di termini come 'libertà' o 'bellezza' deriva dal fatto che possono significare cose diverse in contesti diversi, mentre il riconoscimento dell'immagine di una mela ammette poche deviazioni interpretative. Se tali polarità possono mutare in un istante, il tratto costante della figuratività risiede nel fatto che essa costituisce un contenuto di linguaggio dotato di corrispondenza sul piano dell'espressione della semiotica naturale. In tale prospettiva, i testi condivisi in rete sono denominati contenuti perché fungono da contenitori: una sineddoche che allude a una porzione soltanto del processo semiotico, se si ragiona secondo la distinzione hjelmsleviana tra piano dell'espressione e piano del contenuto.

Hjelmslev amplia la nozione saussuriana relativa al legame tra significante e significato, mostrando che espressione e contenuto non possono esistere l'uno senza l'altro, ma non coincidono mai, poiché seguono regole differenti. Ad esempio, porre l'attenzione su un problema di rilevanza sociale o sviluppare tecniche di promozione di un prodotto costituisce una forma del contenuto; al contrario, il modo in cui tali temi vengono narrati e i formati medialità impiegati (*reel*, *short*, TikTok) appartengono alla forma dell'espressione. L'interazione tra queste due forme genera la significazione e articola i piani di espressione e di contenuto.

Come osserva Jean-Marie Floch, il visivo (o audiovisivo) è "improntato" da una forma, ossia da un'organizzazione dei piani dell'espressione

Esempio di stickers
su Whatsapp



e del contenuto che articola la dimensione sensibile e il suo senso, rapportata a una sostanza⁻¹⁹. Ogni piano d'espressione presenta diversi livelli di forma e di sostanza, che vanno dalla struttura generale al tema particolare. In tale prospettiva, una Instagram Story o qualunque contenuto social, a livello della forma si caratterizza per un aspetto grafico specifico e qualità plastiche determinate da filtri, inserti verbali e GIF, mentre a livello di sostanza si presenta come testo visivo.

Se la sostanza dell'espressione, come suggerisce Dondero⁻²⁰, è un tratto mediatico, materiale, allora grid zero e sticker si configurano nel rapporto tra un substrato, le sue modificazioni e l'incorporazione della creatività nel postfotografico: la sostanza dell'espressione conserva una sorta di memoria, visibile, ad esempio, nella forma specifica di uno sticker o nella durata della pubblicazione di un'immagine su Instagram. La specificità della forma sui social è nota come trend, tendenza, ciò che Barthes⁻²¹ chiama "tratto invariante" della moda, per sua natura carico di sostanza, in base a cui trasforma le immagini per ragioni storiche, etiche o estetiche, interagendo con dati sociali e tecnici (uso di filtri, pose, brani musicali).

Isolando il processo semiotico, la sostanza dell'espressione presenta una duplice dimensione: istituzionale, in quanto genere/*langue*, e identitaria, nel senso di *parole* saussuriana. Le 'forze memorizzate', o realizzate, della sostanza tendono a far convergere queste due dimensioni, mentre le sue virtualità specifiche ne rivelano il senso. I filtri, ad esempio, sono strategie enunciative per accrescere l'immediatezza e conferire un'impronta autoriale; modificano la plasticità dell'immagine e la sua temporalità, modulando l'utente e proponendogli una griglia di lettura.

Il piano dell'espressione prevede un ulteriore livello di forma costituito dai generi narrativi (*live report*, diario, tutorial, pubblicità), corrispondenti al tipo specifico di immagine o video pubblicato (es. carosello di immagini, storia con o senza filtri, GIF e geotag). Un'analoga articolazione si riscontra sul piano del contenuto, dove, al livello della forma, troviamo il racconto di un *topic* specifico come elenco di azioni o di implicazioni pratiche, tra cui si possono menzionare le novità della moda di stagione e una lista dei *must have*, coincidente con la sostanza dei micro-universi di senso greimasiani, quali la moda francese o lo *streetwear*.

Nella relazione tra senso, sostanza e forma, il contenuto social assume una "forma intesa come struttura simbolica" in virtù dello schema normativo che ne regola la creazione⁻²². Tale struttura si distingue dalla "morfologia della sostanza" che corrisponde ai filtri o alle manipolazioni visive e al loro substrato.

Insomma, raramente video e foto vengono pubblicati sui social senza alcun editing o inserto di testo sincretico – verbale, visivo, musicale – perché tali operazioni si configurano come strutture parametriche che proiettano significati sulle superfici di iscrizione, trasmettendo regole, chiusure e aperture, stili ed emozioni.

La correlazione tra piano dell'espressione e piano del contenuto può essere letta seguendo il modello stratificato proposto da Bertrand⁻²³ per rendere conto della commistione di diversi linguaggi, intesa come atto di creazione di senso.

Il modello 'generativo' di Bertrand articola l'enunciazione visiva su tre livelli mediante trasposizione. In un adattamento ai contenuti social medial, la prassi enunciazionale corrisponde alla realizzazione collettiva del senso attraverso tendenze musicali, visive (filtri, effetti) e gestuali (coreografie). La prassi enunciazionale deriva dall'immaginario condiviso, che si manifesta in forma di citazioni e format visivi o audiovisivi utilizzati per mostrare prodotti o narrare eventi. A livello micro si situano i meccanismi di *débrayage* e *embrayage*, rispettivamente la proiezione dell'io/qui/ora, di marche di persona, spazio e tempo, fuori dalla situazione di enunciazione in atto e ritorno: si pensi alle immagini del passato che scorrono alle spalle dell'autore/autrice di un *reel* o TikTok tramite l'applicazione di un filtro *green screen* usato per commentare un evento storico. *Débrayage* ed *embrayage* sono meccanismi dell'enunciazione che attualizzano sistemi di valori e ideologie sottesi al testo visivo, collegando l'output testuale a temi ed emozioni.

La testualizzazione, infatti, concretizza il punto di vista e realizza idee e passioni, in modo da farli corrispondere a figure del mondo o a immagini chiare e condivisibili.

L'enunciazione funge da ponte tra piano dell'espressione e piano del contenuto, e consente a piattaforme diverse – ad esempio Instagram e TikTok – di condividere le stesse operazioni generative, pur divergendo nelle economie di gestione della visibilità e negli effetti di senso, i quali producono stili di espressione ed enunciazione distintivi.

I testi postfotografici creati per Instagram e altre piattaforme social considerano attivamente le modalità di ricezione da parte del pubblico, elaborando una retorica riconoscibile attorno agli oggetti esposti. Seguendo la prospettiva del Groupe μ –²⁴ le immagini diffuse propongono una selezione delle proprietà significative di un oggetto, un evento, un *topic*, effettuata sulla base di un'intenzione e di una previsione di specifiche modalità di percezione, che producono effetti determinati sul senso.

Poiché, secondo il Groupe μ , gli elementi delle lingue plastiche e figurative non sono mai isolati, si distingue tra semantica puramente plastica e semantica iconoplastica. La prima riguarda i legami stabili tra categorie semantiche e formanti plastici – ad esempio, il bianco contrapposto al nero come corrispettivo vita/morte nelle culture occidentali. Il fatto che in gran parte dell'Asia il bianco sia invece il colore del lutto dimostra come questa prospettiva, sostenuta da alcune scienze della comunicazione orientate al marketing, sia ingenua e fortemente vincolata ai semi contestuali.

La soluzione risiede nel livello iconoplastico, in cui l'elemento plastico può coesistere con icone o simboli, oppure agire come traccia di sentimenti o valori derivanti da operazioni retoriche svolte congiuntamente al linguaggio figurativo. L'interpretazione di un testo comporta, in tal senso, l'individuazione di significati culturali nei suoi formanti plastici.

Mentre il significato di un simbolo è determinato in modo arbitrario, la semantica iconoplastica possiede una natura causale, poiché implica una connessione diretta – come quella tra fumo e fuoco – in cui il sistema di contenuto resta stabile, in quanto sempre significato nello stesso modo dal piano dell'espressione–²⁵. Si tratta, in effetti, di un ambito di ricerca aperto e, come ha sottolineato Paolo Fabbri–²⁶, la semiotica dovrebbe indagare le traduzioni e le omologazioni tra linguaggi diversi, dato il sincretismo che domina l'organizzazione espressiva della comunicazione contemporanea, in particolare nei social media.

ESPRESSIONE E CONTENUTO DELLA PRASSI ENUNCIAZIONALE POSTFOTOGRAFICA

I social network hanno instaurato un regime scopico derivato da forme di cultura popolare – si pensi, ad esempio, alla parodia e al meme – per produrre autoironia, suscitare empatia o, semplicemente, generare ilarità tra i *follower*. Pertanto, il contenuto è disseminato da un'attività di schematizzazione dinamica sviluppata dalla prassi enunciazionale,

atta a convogliare il senso attraverso segni e figure (formanti e tratti), i quali sul piano dell'espressione diventano pertinenti in quanto unità minime per sostituzione e commutazione, in modo da poter convertire l'esperienza in immanenza.

In testi e discorsi si coglie una tonalità in un "composto completo di figure sotto la forma materiale di dati testuali (verbali o non verbali)" per individuare la "direzione significativa" e l'intenzione soggiacente ⁻²⁷.

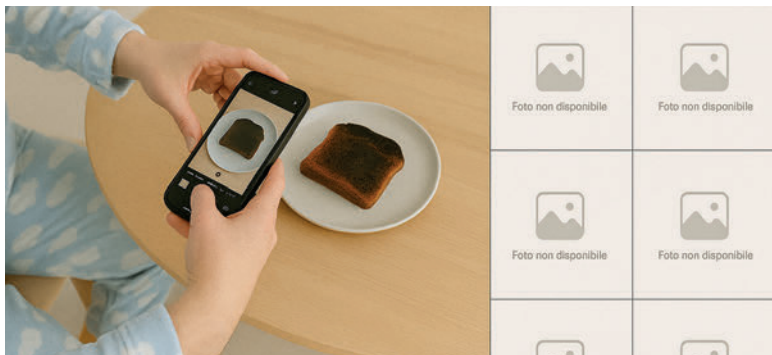
Alle trasformazioni rilevate sul piano dell'espressione corrispondono altrettante trasformazioni semiche sul piano del contenuto, il quale registrerà anche trasformazioni isotopiche, non solo legate ai concetti e alle assiologie, ma anche alle loro macrocategorizzazioni finalizzate a dare coerenza ai testi. Per trasformazioni semiche si può fare l'esempio di concetti astratti quali libertà, amore e relative isotopie, come *wanderlust*, *gender issues*, serie di *reel* su relazioni sentimentali tossiche.

Fontanille registra due tipi di esperienze, una figurativa con i segni e una testuale con gli enunciati, da considerare all'interno di una dimensione plastica dove si collocano i dispositivi d'iscrizione aventi una "faccia sostanziale" e una "faccia formale" per figure e segni. Bisogna coordinare la lettura, l'interpretazione del testo – nel nostro caso sincretico – e la sua manipolazione del supporto, cioè una delle fasi della prassi enunciazione riferita alla comunicazione sui social media.

Il testo postfotografico non si differenzia per il contenuto, per lo stile, genere o *topic*, bensì per la modalità d'iscrizione, che si riferisce a una prassi specifica di enunciazione dell'identità come può essere il formato grid zero. In tale prospettiva la griglia di Instagram va oltre il semplice supporto e, in veste di grid zero, diventa attrice della pratica di affermazione identitaria esprimendosi per difetto, poiché la modalizza secondo la virtualità, imponendo, al contempo, un set di istruzioni su tempi e modi di pubblicazione su Instagram.

A questo punto, seguendo Fontanille ⁻²⁸, si può affermare che il testo postfotografico presenti due piani di enunciazione: l'enunciazione enunciativa (grid zero, storia) e l'enunciazione presupposta, ovvero quanto può essere incamerato dalla struttura del social, di Instagram o TikTok, le loro possibilità di pubblicazione. Il funzionamento 'fattitivo' dei social si può ricondurre al concetto di *affordance*, cioè l'invito all'interazione inscritto nelle interfacce che reca in sé le modalizzazioni assunte durante l'atto di prassi enunciazione nella pubblicazione dei contenuti, cioè 'far fare' (manipolare all'azione per generare like, acquisti, *following*), 'far sapere' (promozione), 'far credere' (Instagram *vs* realtà).

La morfologia dell'espressione dei social media consta nel dare la possibilità di fare *personal* o *professional branding*, il che assegna a tali piattaforme il ruolo di aiutanti e strumenti di attualizzazione di discorsi. Pertanto, se la pubblicazione sui social va considerata una pratica, allora il suo piano di immanenza conta sulla faccia formale succitata, una forma sintagmatica che raccoglie segni e figure, livello inferiore della scena d'interazione dove si situano i ruoli attanziali e



tematici comunicati dalle unità minime. La faccia sostanziale, invece, si situa a un livello superiore, in quanto correlata alla sostanza dell'espressione che assume natura intersoggettiva poiché, specialmente sui social media, il testo postfotografico non è isolato, ma è oggetto di interazione e accomodamento, entrambi afferenti a una 'strategia', pertinente all'intenzionalità del 'voler essere' o 'sembrare'. La produzione dei contenuti socialmediali si inserisce in scene predicative tipiche di una forma di vita, una messa in discorso di classi stilistiche fondate su ritmi di espressione, attitudini valoriali, modalizzazioni e passioni.

Fontanille⁻²⁹ propone una "griglia virtuale" come struttura normativa per l'organizzazione di superfici d'iscrizione e sostanze temporali dell'espressione che, in effetti, nel caso di grid zero e delle storie, si riferisce da un lato al "non poter fare" (pubblicare), e dall'altro al poter fare consentito dall'interfaccia (le potenzialità del social medium). Qui si intersecano le proprietà deittiche del contenuto come geotag, tag, le indicazioni di data e ora, i quali costituiscono la dimensione topocronologica della scena predicativa.

La prassi enunciazionale include nel testo la dimensione retorica e la dimensione temporale, perché tiene conto di una memoria stratificata di interazioni intersoggettive anteriori o posteriori. Sincronia e diacronia prospettano "concezioni del tempo linguistico, tuttavia la ripetizione dei fenomeni produce gli stessi effetti di identità"⁻³⁰. Lo stesso vale per le differenze, soprattutto dal punto di vista semantico. In breve: *template* e trend standardizzano, ma gli esiti identitari restano differenziali. In termini saussuriani, possiamo dire che le regole di costruzione di Instagram e TikTok corrispondono alla *langue*, poi modificata dalla *parole* della 'massa', da cui derivano i *micro-trend* e le modifiche pertinenti all'enunciazione individuale. La massa configura le pratiche di condivisione e delimita i bacini della sua memoria, mentre le persone "collazionano istanti" realizzando le regole dell'espressione testuale⁻³¹.

La pubblicazione dei testi del postfotografico pertiene a strategie di affermazione identitaria le quali, seguendo Fontanille⁻³², assumono vari gradi di tensività rispetto alla loro faccia formale e alla loro

faccia sostanziale. Grid zero rientra nel novero delle “strategie elettive” perché prevede una selettività massimale e una quantità minimale di pubblicazione di contenuti, dove l’assenza ha un alto grado di rappresentatività.

Le storie attuano una “strategia particolarizzante” perché selezionano elementi specifici per veicolare il senso.

La “strategia inglobante” viene impiegata nella condivisione di set di storie o caroselli, cioè testi composti da unità in un’ottica di significazione integrata. L’ultimo tipo, la “strategia cumulativa”, invece, descrive il percorso canonico che ogni account costruisce nel corso del tempo sedimentando le varie pubblicazioni, tra loro non necessariamente connesse, ma in una certa misura esaustive rispetto al vissuto e agli eventi esperiti.

Sinora si sono sistematizzate le regole enunciate e implicite da cui si genera “una moltitudine di testi possibili”⁻³³ atti a presentare realtà di *langue* e *parole*, realtà sociali e personalissime. POV, ritagli e griglie vuote non sono orpelli stilistici: sono prassi enunciazionali che ridistribuiscono l’*agency* tra persona e piattaforma.

Il POV intensifica l’*embrayage* poiché avvicina il corpo all’atto di visione, produce effetti di testimonianza e sposta la valutazione dal vero al veridittivo (sembrare vero e basta). I ritagli (*sticker/cut-out*) capitalizzano la memoria intertestuale: citano, campionano, iconoplastizzano i valori; sono prove plastiche di appartenenza a formati condivisi (la *langue* dei format) con margini di autorialità (la *parole* dei remix). La griglia vuota radicalizza la sottrazione trasformando l’assenza in segno, istituisce attesa, protegge la privacy e organizza un’economia dell’attenzione per scarsità.

Queste tre prassi mappano altrettanti regimi temporali (immersione sincrona, sedimentazione citazionale, latenza/eventemenzialità), regimi di figuratività e di visibilità (sovraesposizione controllata, esposizione delegata al meme, auto-occultamento strategico). Insieme, definiscono l’attuale postfotografico socialmediale: non una crisi della rappresentazione, ma una sua rifigurazione in cui si dice più mettendo in scena l’atto (POV), mostrando la memoria (ritagli), ostentando il nulla (grid zero) che argomentando.

Per gli studi del visivo ciò implica spostare l’analisi dalla ‘fedeltà’ dell’immagine alla prassi enunciazionale che la rende efficace. È lì – nella gestione coordinata di deissi, citazione e sottrazione – che oggi si gioca l’identità.

Nell’era del postfotografico il contenuto ‘autentico’ è un miraggio o, meglio ancora, l’acme della postverità. I fini giustificano il mezzo, le intenzioni configurano i contenuti ideali per *follower* e *topic*. A pensarci bene è fuori questione pubblicare per pura espressione identitaria perché allora si sceglierebbero altre piattaforme, non direttamente legate allo sguardo, alla visualizzazione dell’alterità. Qui si giocano tutti i tipi di relazione: amicale, sentimentale, lavorativa, ragion per cui ogni condivisione è preceduta o seguita dalla domanda ‘starò facendo

abbastanza?’, ‘sono all’altezza?’, ‘mi sto mettendo in ridicolo?’, giudizi di valore dati pensando a un set di norme – plastiche e figurative, di nuovo – correlate alla piacevolezza visiva e all’arguzia dei contenuti.

E pensare che una volta i social media servivano a mettere in contatto le persone distanti o che si erano perse di vista. Oggi, invece, servono a tenere vive una serie di aspettative asservite a un postgalateo, il quale, piuttosto che promuovere l’autostima e la cordialità, o agevolare i rapporti sociali, finisce per ingabbiare tutti in una serie di rituali performativi, format prescrittivi e metriche d’obbedienza allo sguardo.

Note

- | | | |
|--|--------------------------------------|---------------------------------------|
| – ¹ Grespi 2024. | – ¹² Ceriani 2021. | – ²⁴ Groupe µ 1992, p. 23. |
| – ² Greimas 1984 [2001]. | – ¹³ Kuzovkina 1999. | – ²⁵ Ivi, pp. 95-96. |
| – ³ Malavasi 2024. | – ¹⁴ Burini 2010. | – ²⁶ Fabbri 2020. |
| – ⁴ Terracciano 2017. | – ¹⁵ Terracciano 2024. | – ²⁷ Fontanille 2008 |
| – ⁵ Ong 1982. | – ¹⁶ Sedda 2012, p. 54. | [2010], pp. 18-25. |
| – ⁶ Flusser 1983. | – ¹⁷ Lotman 1997 [2022] . | – ²⁸ Ivi, p. 43. |
| – ⁷ Fontcuberta 2018. | – ¹⁸ Burini 2010. | – ²⁹ Ivi, p. 61. |
| – ⁸ Fontcuberta 2023. | – ¹⁹ Floch 1985, p. 102. | – ³⁰ Ivi, p. 86. |
| – ⁹ Leone 2018. | – ²⁰ Dondero 2020. | – ³¹ Ivi, p. 87. |
| – ¹⁰ Fazioni 2024. | – ²¹ Barthes 1967 [2024]. | – ³² Ivi, p. 94. |
| – ¹¹ Barthes 1964 [2002],
pp. 52-53. | – ²² Bordron 2016; 2019. | – ³³ Ivi, p. 88. |
| | – ²³ Bertrand 2016. | |

Bibliografia

- Barthes 1964 [2002]** Roland Barthes, *Éléments de sémiologie*, in “Communications”, n. 4, 1964, pp. 91-135 [trad. it. *Elementi di semiologia*, a cura di Gianfranco Marrone, Torino, Einaudi, 2002].
- Barthes 1967 [2024]** Roland Barthes, *Système de la Mode*, Paris, Seuil, 1967 [trad. it. *Sistema della moda*, a cura di Bianca Terracciano, Milano, Mimesis, 2024].
- Barthes 1980** Roland Barthes, *La chambre claire. Note sur la photographie*, Paris, Gallimard, 1980.
- Bertrand 2016** Denis Bertrand, *Énonciation: cheville ouvrière ou point aveugle d'une théorie du sens?*, in Marion Colas-Blaise / Laurent Perrin / Gian Maria Tore (a cura di), *L'énonciation aujourd'hui. Un concept clé des sciences du langage*, Limoges, Lambert-Lucas, 2016, pp. 421-432.
- Bertrand 2020** Denis Bertrand, *Visual enunciation, the modern moment*, in “E|C”, n. 29, 2020, pp. 51-61, in <<https://mimesisjournals.com/ojs/index.php/ec/article/view/611>> (30.08.2025).
- Burini 2010** Silvia Burini, *L'ultimo Lotman: scritti dal 1991 al 1993*, in Tiziana Migliore (a cura di), *Incidenti ed esplosioni. A.J. Greimas, Ju. M. Lotman. Per una semiotica della cultura*, Roma, Aracne, 2010, pp. 13-28.
- Bordron 2016** Jean-François Bordron, *L'énonciation en image: quelques points de repère*, in Marion Colas-Blaise / Laurent Perrin / Gian Maria Tore (a cura di),

L'énonciation aujourd'hui. Un concept clé des sciences du langage, Limoges, Lambert-Lucas, 2016, pp. 227-239.

- Bordron 2019** Jean-François Bordron, *Dynamique des images*, in "Signata", n. 10, 2019, in <<https://journals.openedition.org/signata/2267>> (27.08.2025).
- Ceriani 2021** Giulia Adriana Ceriani, *Vuoto/i. Inversione di paradigma*, in "E|C", n. 31, 2021, in <<http://hdl.handle.net/10446/193398>> (10.07.2025).
- Dondero 2020** Maria Giulia Dondero, *The Language of Images. The Forms and the Forces*, Berlin, Springer, 2020.
- Fabbri 2020** Paolo Fabbri, *Enunciative Prospecting: the Semiotic Start of Louis Marin*, in "E|C", n. 29, 2020, pp. 10-16, in <<https://mimesisjournals.com/ojs/index.php/ec/article/view/606>> (25.08.2025).
- Fazioni 2024** Nicolò Fazioni, *Fotosofia. La fotografia tra filosofia semiotica e teoria dei media*, Milano, Dario Flaccovio, 2024.
- Floch 1985** Jean-Marie Floch, *Petites mythologies de l'œil et de l'esprit. Pour une sémiotique plastique*, Paris - Amsterdam, Hadès Benjamins, 1985.
- Flusser 1983** Vilém Flusser, *Per una filosofia della fotografia*, Milano, Mondadori, 2006.
- Fontanille 2008 [2010]** Jacques Fontanille, *Pratiques sémiotiques*, Paris, PUF, 2008; [trad. it. *Pratiche semiotiche*, Pisa, ETS, 2010].
- Fontanille 2015** Jacques Fontanille, *Formes de vie*, Liège, Presses Universitaires de Liège, 2025, in <<https://books.openedition.org/pulga/2207?lang=en>> (17.07.2025).
- Fontcuberta 2018** Joan Fontcuberta, *La furia delle immagini. Note sulla postfotografia*, Torino, Einaudi, 2018.
- Fontcuberta 2023** Joan Fontcuberta, *Comerse la fotografia con patatas*, in Dario Mangano / Miriam Rejas Del Pino (a cura di), *Fotografia analogica e fotografia digitale: un riesame*, in "Carte Semiotiche – Annali 8", 2023, in <http://www.lacasausher.it/wp-content/uploads/2024/01/Annali_8_2024_02.pdf> (10.09.2025).
- Greimas 1984 [2001]** Algirdas Julien Greimas, *Sémiotique figurative et sémiotique plastique*, in "Actes Sémiotiques" – Document, a. VI, n. 60, 1984, p. 12 [trad. it. *Semiotica figurativa e semiotica plastica*, in Paolo Fabbri / Gianfranco Marrone (a cura di), *Semiotica in nuce II*, Roma, Meltemi, 2001].
- Greimas / Courtés 1979 [2007]** Algirdas Julien Greimas / Joseph Courtés, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette, 1979 [trad. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, a cura di Paolo Fabbri, Milano, Mondadori, 2007].
- Grespi 2024** Barbara Grespi, *Introduzione. Fotografia espansa*, in Barbara Grespi / Federica Villa (a cura di), *Il postfotografico. Dal selfie alla fotogrammetria digitale*, Torino, Einaudi, 2024.
- Groupe µ 1992** Groupe µ, *Traité du signe visuel: pour une rhétorique de l'image*, Paris, Seuil, 1992.
- Hjelmslev 1961 [1968]** Louis Trolle Hjelmslev, *Prolegomena to a Theory of Language*, Madison, Regents of the University of Wisconsin, 1961 [trad. it. *I fondamenti della teoria del linguaggio*, Torino, Einaudi, 1968].
- Kuzovkina 1999** Tatiana Kuzovkina, *Tema smerti v poslednich stat'jach Ju. M. Lotmana* [Il tema della morte negli ultimi saggi di Ju.M. Lotman], in Boris Egorov, *Žizn'*

i tvorčestvo Ju. M. Lotmana [Vita e opera di Ju.M. Lotman], Moskva, Novoe literaturnoe obozrenie, 1999.

Leone 2018 Massimo Leone, *Semiotics of the Selfie: The Glorification of the Present*, in "Punctum", a. 4, n. 2, 2018, pp. 33-48.

Lotman 1997 [2022] Jurij Michajlovič Lotman, *Portret*, in "Vyšgorod", nn. 1-2, 1997, pp. 8-31 [trad. it. *Il ritratto*, a cura di Silvia Burini / Alessandro Niero, in Jurij Michajlovič Lotman, *Il girotondo delle muse*, Milano, Bompiani, 2022, pp. 63-96].

Malavasi 2024 Luca Malavasi, *Social*, in Grespi / Villa 2024.

Ong 1982 Walter Jackson Ong, *Orality and Literacy*, New York, Methuen and O., 1982.

Sedda 2012 Franciscu Sedda, *Imperfette traduzioni*, Roma, Nuova Cultura, 2012.

Terracciano 2017 Bianca Terracciano, *Social Moda. Nel segno di influenze, pratiche, discorsi*, Milano, Franco Angeli, 2017.

Terracciano 2024 Bianca Terracciano, *"Bada a come parli". Effetti di linguaggio, azioni e volizioni*, in Isabella Pezzini (a cura di), *Suscettibilità: Retoriche e passioni*, Milano, Meltemi, 2024.