

La stampa, l'Europa, l'infographics. Prime riflessioni di studio

Emanuele Frixia

Storicamente, 6 (2010).

ISSN: 1825-411X. Art. no. 38. DOI: [10.1473/stor451](https://doi.org/10.1473/stor451)

*The meaningful visual form,
perceptible in the minimum
instant of vision, will be called image. Jacques Bertin*

La costruzione di un discorso che si occupi di ricostruire l'immagine dell'Europa a ventisette a partire dalla sua fonte infografica[1] e utilizzando come principali testi di analisi quelli riconducibili alle più importanti testate giornalistiche nazionali e al labirinto di siti web fruibili dal portale "Europa", comporta necessariamente una riflessione sul rapporto tra immagine geografica e territorio.

Una preliminare motivazione del bisogno di indagare in maniera sistematica tali fonti mettendole in relazione a un più ampio progetto di costruzione dell'Europa a partire dalle sue immagini, va rintracciato in quella che David Morley ricorda essere la «morte della geografia» causata dalle nuove tecnologie della comunicazione e dalla fine del rapporto causale fra ciò che si vede e il funzionamento del mondo. In realtà il sociologo inglese proprio a partire da questa consapevolezza riformula il discorso – soprattutto in riferimento all'ambito mediatico – nei termini di una *Geografia del nuovo*, sostenendo l'esistenza di una geografia del postmoderno ormai deterritorializzata e che egli definisce come «geografia secondaria» o «geografia ombra» spostando l'attenzione dallo spazio fisico al ciber spazio [Morley, 2007: 201].

La visione di Morley può sembrare un po' forzata se non ricondotta alla forma di una provocazione in grado di formulare alcuni interrogativi sul modo di pensare e ripensare le modalità della rappresentazione geografica e dei suoi effetti. Per questo motivo si è deciso di utilizzare come testi di riferimento quelle immagini di natura cartografica che proprio a partire dallo sviluppo dei sistemi grafici e delle tecniche della comunicazione si sono diffuse come strumenti della conoscenza dello spazio producendo effetti sia in ambito culturale che politico. È infatti anche attraverso le immagini prodotte e utilizzate dalla stampa che si costruiscono quelle “comunità immaginate” già descritte da Anderson [2000], ed è spesso sulla base di immagini di natura infografica che decisioni politico-strategiche vengono adottate in ambito europeo. Su questa linea va ricostruito il discorso di riterritorializzazione attraverso le immagini dell'Europa, per tornare dalla “geografia dell'immateriale” – dei testi e delle figure – alla geografia delle “cose” e del territorio. È secondo questa prospettiva che si dovrebbe pensare all'Europa come a «una regione mediata, come a un sito politico strategico che esiste nella testa dei cittadini senza dei confini definiti ma che possiede un forte peso politico ed economico» [Salovaara-Moring, 2006: 112].

Per impostare una tale prospettiva di ricerca è necessario soffermarsi su quelle che saranno le principali coordinate di lettura dell'infographics all'interno dei testi di riferimento. Uno dei lavori più recenti e completi sull'analisi delle grafiche di un giornale quotidiano si deve a Jennifer George-Palilonis che nel suo *A Practical Guide to Graphics Reporting* fornisce un'esauriente descrizione di tutte le forme grafiche utilizzate dalla stampa, dal web e dalla televisione, dedicando un intero capitolo alla “cartografia per i giornalisti”. E infatti proprio le mappe infografiche sono la tipologia più comune di grafica informativa utilizzata dalla stampa e da altri media, quella attraverso cui è possibile ricostruire un discorso sulla costruzione del territorio a partire dalle sue rappresentazioni.

A fornirci la cifra dell'importanza e della potenza della comunicazione visiva

interviene il teorico di design dell'informazione Eric Meyer secondo cui la nostra mente «processa e archivia i simboli grafici più facilmente rispetto alla decodifica di un testo verbale», e aggiunge che «l'oggetto principale di una grafica dovrebbe essere capito anche se il lettore non fosse a conoscenza di quello specifico linguaggio grafico» [Meyer, 1997, 53]. La grafica però costituisce solo il punto di arrivo o il risultato di un determinato processo comunicativo e non basta dunque elencare le forme e i significati attraverso cui le immagini si manifestano. Bisogna allora in primo luogo soffermarsi sugli spazi che contengono questi testi visivi e prima di arrivare a una descrizione degli elementi dell'infographics ideare una vera e propria geografia dello spazio informativo che li contiene.

Il giornale quotidiano, in primo luogo, e la pagina in cui viene riportata la notizia sono gli spazi che per primi devono essere scomposti partendo da quelle che sono le attuali tendenze di trasformazione all'interno del giornalismo della carta stampata. Fenomeni come la “tabloidizzazione” [Campbell, 2004: 21], ad esempio, hanno ridisegnato i formati della stampa di qualità europea[2], riducendo la misura del quotidiano e rendendo i contenuti editoriali sempre più snelli e velocemente fruibili[3]. Un ulteriore e importante aspetto da prendere in considerazione è quello relativo alla raccolta pubblicitaria per esplicitare il nesso e l'influenza tra le forme di questa e il contenuto editoriale delle notizie. Una simile forma di cortocircuito tra le forme dell'informazione e quelle della pubblicità può avvenire principalmente in due modi: producendo in primis degli effetti negativi sulla varietà delle notizie e in secondo luogo «con l'influenza da parte delle forme pubblicitarie sul contenuto editoriale delle notizie tra le quali vengono inserite» [Ibidem: 59].

Queste considerazioni, servono da sfondo alla successiva organizzazione dello spazio all'interno del quale si colloca l'infographics; organizzazione dello spazio che può partire dalla descrizione di alcuni elementi di rilevanza che forniscono delle ulteriori specificazioni di senso rispetto alle informazioni del testo. Per far questo si considerino i tre dispositivi di presentazione

richiamati da Louis Marin per la rappresentazione pittorica: lo sfondo, il piano e la cornice. Questi tre dispositivi costituiscono infatti «l'inquadramento generale della rappresentazione o la sua chiusura» [Marin, 2001: 128] e in particolar modo lo sfondo e la cornice possono essere adottati per fornire una topologia dell'infografica prima di arrivare alla specifica analisi dei suoi elementi interni.

«Supporto materiale e superficie di iscrizione e di figurazione attraverso cui ogni forma si manifesta allo sguardo, lo sfondo si presenta nelle sue relazioni con le figure e nel suo significato referenziale» [Marin, 2001: 198]; se ci riferiamo all'intera pagina di un giornale quotidiano lo sfondo coincide non tanto con il supporto materico della carta bianca quanto con la griglia definita gabbia «che costituisce la struttura di base, l'impianto di fondo per la grafica in cui l'elemento portante è il numero delle colonne» [Calabrese, Violi, 1980: 32]. Anche lo sfondo dell'infografica rispetta evidentemente dei criteri topologici per l'organizzazione degli elementi in funzione delle priorità comunicative e dei criteri adottati dalla redazione del giornale. Insieme allo sfondo «la cornice come orlo e bordo, frontiera e limite [...] pone la rappresentazione come presenza esclusiva [...] è un dittico, un dimostrativo iconico: 'questo'» [Marin, 2001: 199-202]. Anche in tal caso ci troviamo in presenza di un dispositivo grafico significante più che di un elemento oggettivamente analizzabile; ed è importante prendere in considerazione l'uso di questo dispositivo della cornice, la sua presenza più o meno definita nella specificazione dell'infografica rispetto al resto della pagina informativa. L'occorrenza o meno di una linea di demarcazione (che può essere singola, sottile, doppia o anche assente) dell'infographics ha l'importante compito di racchiudere, delimitare, contenere, indicare e mettere in evidenza ciò che il testo infografico vuole comunicare.

Analizzato lo spazio rappresentato si può allora passare all'interno del testo e provare a definire quelle che sono sue le principali componenti. Senza entrare in questa sede nello specifico delle riflessioni teoriche riguardo alla selezione delle informazioni per quanto concerne la rappresentazione

cartografica, si può riprendere l'espressione “*map faf*”, per indicare tutte quelle informazioni meno rilevanti che vengono espunte dalla mappa di riferimento in modo che il giornalista grafico possa riferire gli elementi selezionati solamente a un evento specifico, evitando forme di ridondanza o sovrapposizione. Proprio questo in definitiva è il compito di chi si occupa di costruire un'infografica, e cioè di «fornire tutta l'informazione necessaria nella porzione di spazio più piccola, nel modo meno complesso da un punto di vista visivo e testuale» [George-Palilonis, 2006 : 102].

Seguendo la schematizzazione della Palilonis si possono elencare una serie di mappe infografiche da prendere come riferimento per la successiva descrizione degli elementi interni: le mappe di *localizzazione*; le mappe *geologiche* e le mappe *statistiche* (che a loro volta includono quelle tematiche). Tra queste, e in modo trasversale, la rappresentazione può assumere una forma *passiva*, che mostra generalmente poco più di una localizzazione, e una forma *attiva*, che definisce invece uno spostamento o una progressione[4]. Senza dilungarsi in questa sede sulla descrizione e le caratteristiche di queste diverse tipologie appena citate bisogna invece necessariamente focalizzare l'attenzione su quelli che sono gli elementi imprescindibili di cui la mappa infografica si compone e cioè la scala, la legenda, il titolo, la fonte e l'orientamento. A questi vanno poi aggiunti altri elementi di rilevanza come le didascalie, i punti di attenzione, le coordinate di riferimento e “la messa a fuoco”, per completare tutte quelle parti significative per l'analisi di questo tipo d'immagine[5]. Saranno queste caratteristiche a dover essere analizzate sull'ampio corpus di immagini provenienti dalla carta stampata e dal portale “Europa” in modo da poter in seguito avere una base importante di dati relativi alle rappresentazioni e poter formulare un discorso di carattere più generale sull'immagine dell'Europa veicolata dall'infographics.

Definite fin qui le caratteristiche tecnico-grafiche che interesseranno l'analisi dei testi, si può cominciare a contestualizzare il discorso sul rapporto tra media – della carta stampata in questo caso – e la rappresentazione

dell'Europa, facendo riferimento ad alcuni studi che si occupano in maniera sempre più diffusa e sistematica di analizzare la stampa di qualità[6], in relazione al soggetto politico europeo e all'opinione pubblica. E infatti se si tralascia la comunicazione diretta dei siti internet dei vari organi e agenzie europee[7], la stampa di qualità risulta «avere un ruolo attivo come principale mediatore della comunicazione politica europea» [Trenz, 2007: 89]. Proprio nello studio di Trenz si attribuisce alla stampa la capacità di porsi quale precursore dell'integrazione europea, attraverso la promozione della costituzionalizzazione dell'UE [Ibidem: 90]. Questo significa che alcuni giornali hanno inglobato una vera e propria tendenza di supporto e promozione dei “*frame*” europei rispetto all'impulso maggiormente conservatore dell'opinione pubblica dei singoli paesi con risultato quello di una costante mediazione tra prospettive d'integrazione di lungo periodo e interessi legati alle località territoriali.

In questo contesto va inserito il lavoro del sociologo spagnolo Medrano sulle tendenze all'integrazione europea nella stampa di qualità in Germania, Spagna e Regno Unito. Medrano descrive come le visioni dell'integrazione europea elaborate dai normali cittadini e dalle élite differiscano tra i vari paesi perché riflettono preoccupazioni che sono radicate nelle diverse storie e culture dei vari stati; questo fa emergere un modello flessibile, e forse per questo ancora più stabile, d'integrazione. Egli riesce infatti a mostrare come “i *frame*” che distinguono le popolazioni di quei paesi non si riferiscono direttamente a conseguenze dirette e osservabili dell'integrazione europea per la vita dei cittadini, ma piuttosto rappresentano aspettative di lungo periodo dell'impatto dell'integrazione tra i paesi europei sulle singole collettività nazionali [Medrano, 2003: 106-107].

L'operato della stampa si pone allora come il motore di una prospettiva piuttosto che come l'analisi di uno stato, come l'indice di un possibile traguardo a cui dover tendere facendosi promotore dell'unità europea a partire dalla diversità e dal conflitto [Trenz, 2007: 105]. Questo rafforza la descrizione dell'Unione Europea fatta da Berglund, Duvold, Ekman, Schymik,

come “regime ibrido” lontana dall'essere uno Stato ma non riconducibile a una qualche mera forma di scambio tra governi; una sorta di cantiere politico in grado di sfidare le normali forme di classificazione statale [2009: 5]. È secondo questa prospettiva che può essere sviluppata l'analisi delle immagini infografiche dell'Europa sulla stampa nazionale e rispetto ai temi dell'ampliamento dell'Unione, chiarendo di volta in volta a quale prospettiva culturale e territoriale le singole rappresentazioni rimandano, e costituendo in tal modo un corpus omogeneo da cui poter partire per tornare dalle forme della carta e del testo a quelle del territorio.

Ad affiancare il discorso sulla funzione della stampa di qualità nella costruzione dell'Europa a ventisette interviene un filone di studi che si è andato affermando negli ultimi anni in ambito accademico, ponendosi proprio nei termini di una ricostruzione del potere delle immagini – e della loro valenza politica – rispetto a un tema specifico: quello della pianificazione dello spazio europeo.

L'importanza di questi studi dipende dal fatto di poter basare una futura ricerca su un modello di analisi già consolidato e che soprattutto nei paesi dell'Europa continentale e scandinava trova un seguito rilevante. Come infatti si è visto per le tendenze all'integrazione espresse dalla stampa di qualità anche le immagini geografiche vengono comprese come «elementi di un discorso transnazionale emergente di politica spaziale». Si è anzi evidenziato come «le rappresentazioni dello spazio europeo attraverso le immagini abbiano avuto un ruolo nella costruzione e nella riproduzione dei discorsi politici riguardanti lo spazio europeo» [Jensen & Richardson, 2003: 2] e come «la concettualizzazione del territorio attraverso le immagini spaziali sia ormai parte integrante della pianificazione spaziale» [Dühr, 2007: 1].

Tali riferimenti conferiscono un'importante valenza alla comunicazione infografica ormai indispensabile per la produzione dei documenti ufficiali dell'Unione che vengono poi utilizzati come fonte legislativa e applicati come

norme nei singoli paesi. Si pensi soltanto, a titolo di esempio, a come alcune metafore visive abbiano di fatto caratterizzato l'organizzazione delle politiche comunitarie, individuando delle zone centrali rispetto ad aree secondarie. L'immagine della "Banana Blu", coniata nel 1989 da Brunet per l'Agenzia di pianificazione spaziale francese (DATAR) e che descrive la porzione di Europa che va dal sud-est dell'Inghilterra fino al nord Italia, è forse la prima e più fortunata di queste metafore. In risposta alla "Banana Blu" è stata sviluppata in Germania [Kunzmann, Wegener, 1991: 282-291] una visione alternativa conosciuta come "European Bunch of grapes" (o grappolo europeo) che propone un'idea policentrica di Europa evitando così quella frattura tra centro e periferia che costituiva il limite principale del modello di Brunet[8].

[[figure caption="Banana Blu. Immagine della "Blue Banana", coniata nel 1989 da Brunet per l'Agenzia di pianificazione spaziale francese (DATAR) e che descrive la porzione di Europa che va dal sud-est dell'Inghilterra fino al nord Italia, è forse la prima e più fortunata di queste metafore." width="120px"

fancybox="true"]]figures/2010/frixa_europa/frixa_europa_2010_01.jpg[[/figure]]

Nel contesto fin qui descritto il testo si pone nella produzione delle immagini relative all'Europa non più come una mera rappresentazione realistica dello spazio – com'era accaduto per tutta la cartografia moderna devota, almeno apparentemente all'oggettività della rappresentazione – ma si pone per la prima volta e in maniera deliberata e riconoscibile come un «dispositivo retorico in grado di riprodurre un discorso politico in una nuova forma di rappresentazione spaziale» [Jensen Ole B., Richardson T., 2004: 119]. È a partire da questi presupposti teorici che diventa possibile affrontare in maniera critica alcune tematiche relative alla rappresentazione dell'Europa come ad esempio la formazione dell'Unione a ventisette e lo spostamento fisico-geografico nonché culturale dei suoi confini, cambiamenti corredati da un'ampia produzione infografica che finisce non soltanto con il descrivere ma anche con il costruire delle "visioni" comuni del territorio dell'Unione. Le

frontiere a sud e a est dell'Europa, fa notare ad esempio Drevert, si sono sempre modificate con la progressiva estensione della democrazia; ma si può oggi utilizzare ancora questo criterio? [Drevert, 2007: 157]. Esistono dei confini insuperabili nella costruzione politica della nuova Europa e come vengono rappresentati? Dato ormai per assodato che i concetti di pianificazione spaziale siano espressi in due linguaggi complementari – quello del testo verbale e quello del testo visivo delle immagini spaziali e infografiche [Zonneveld 2007: 194], come va costruita una grammatica per lo studio di tali immagini rispetto alle numerose produzioni mediatiche della carta stampata e dei documenti prodotti dai vari organismi europei?

È allora necessario e possibile operare una critica delle immagini infografiche dell'Europa in modo da fornire attraverso un ampio caso di studio un modello di analisi più generale applicabile all'infographics di matrice cartografica, testo ormai indispensabile per la descrizione dei temi del territorio all'interno dei media contemporanei.

Bibliografia

Benedict Anderson 2000, *Comunità immaginate: origini e fortuna dei nazionalismi*, Roma: Manifestolibri.

Bertin Jacques 1983, *Semiology of Graphics. Diagrams, Networks, Maps*, Madison: The University of Wisconsin Pres.

Calabrese Omar, Violi Patrizia 1980, *I giornali: guida alla lettura e all'uso didattico*, Roma: L'Espresso.

Campbell Vincent 2004, *Information Age Journalism, Journalism in an International Context*, London: Arnol.

Drevert Jean-François 2007, *Chasing a Moving Target: Territorial Cohesion Policy in a Europe with Uncertain Borders*, in Faludi Andreas 2007, 145-164.

Dühr Stefanie 2007, *The Visual Language of Spatial Planning. Exploring Cartographic representations for spatial planning in Europe*,

London-New York, Routledge.

Faludi Andreas (ed.) 2007, *Territorial Cohesion and the European Model of Society*, Toronto: Lincoln Institute of Land Policy.

- *European Spatial Planning*, Cambridge, MA: Lincoln Institute of Spatial Policy, 2002.

Fossum J. E., Schlesinger Ph. (ed.) 2007, *The European Union and the Public Sphere*. London: Routledge.

George-Palilonis Jennifer 2006, *A Practical Guide to Graphics Reporting: Information Graphics for Print, Web & Broadcast*, Oxford: Focal Press.

Jensen Ole B., Richardson T. 2004, *Making European Space. Mobility, power and territorial identity*, London-New York: Routledge.

- *Being on map: The new iconographies of power over European space*, «International Planning Studies», Vol. 1, Iss. 1, 2003.

Kunzmann K. R., Wegener M. 1991, *The pattern of urbanization in Western Europe*, «Ekistics», vol. 58, n. 350-351, (1991), 282-291.

Marin Louis 2001, *Della rappresentazione*, Roma: Meltemi.

Medrano Juan Diez 2003, *Framing Europe: attitudes to European integration in Germany, Spain, and the United Kingdom*, Princeton: University Press.

Meyer Eric K. 1997, *Designing Infographics. Theory, creative techniques and practical solutions*, Indianapolis: Hayden Books.

Morely David 2007, *Media, Modernity and Technology. The Geography of the new*, Abingdon. Routledge.

Peterson Michael (ed.) 2003, *Maps and the internet*, Oxford, Elsevier.

Tonello Fabrizio 1999, *La nuova macchina dell'informazione: cultura, tecnologie e uomini nell'industria americana dei media*, Milano: Feltrinelli.

Trenz Hans-Jörg 2007, "Quo vadis Europe?" *Quality newspapers struggling for European unity*, in Fossum J. E., Schlesinger Ph. (ed.) 2007, 89-109.

Zonneveld Wil 2007, *Unraveling Europe's Spatial Structure Through Spatial Visioning*, in Faludi Andreas (ed.) 2007.

Note

[1] Con la progressiva diffusione dei testi infografici a partire dall'inizio degli anni Ottanta sulla stampa statunitense, quelle particolari immagini di sintesi della comunicazione visiva sono diventate delle rappresentazioni sempre più utilizzate per veicolare in modo efficace e diretto dei contenuti informativi stratificati. Non essendoci ancora degli studi sistematici sulla genesi dell'infographics – più significativa è al contrario la descrizione delle tecniche grafiche in grado di ridurre una serie di dati quantitativi a immagine – verranno qui di seguito utilizzati come sinonimi il prestito *infographics* (abbreviazione di *informational graphics*), e il calco infografica; l'espressione "mappa infografica" sarà invece riferita in maniera più specifica all'immagine cartografica utilizzata in parte del testo.

[2] Il riferimento di Vincent Campbell va alla stampa di qualità britannica ma fenomeni analoghi si possono riscontrare anche nel nostro paese come dimostrano le scelte che di recente hanno drasticamente trasformato il formato de «l'Unità».

[3] A questo proposito Fabrizio Tonello [1997: 62-63] aveva parlato di macdonaldizzazione della stampa prendendo a riferimento il quotidiano statunitense «USA Today», «un giornale che può essere letto all'incirca nel tempo in cui una persona ha bisogno per consumare un pasto in un fast food».

[4] Come viene fatto notare le mappe attive portano con sé alcuni elementi passivi dal momento che visualizzano una localizzazione, ma l'effetto del movimento viene solitamente formulato attraverso l'uso di curve, frecce oppure di ordini numerici progressivi [George-Palilonis, 2006: 103].

[5] Per un approfondimento su questa parte si veda Frixia E., *Sul limite della mappa: una riflessione sull'infographics*, «Rivista Geografica Italiana», 116 (2009), 23-45.

[6] La “stampa di qualità” si distingue solitamente dai “tabloid” in base alla grandezza del formato, alla diffusione del giornale e alla tipologia di notizie selezionate. Tale distinzione, legata storicamente alla carta stampata anglosassone, si è diffusa progressivamente negli studi relativi alla comunicazione giornalistica, diventando sempre più svincolata dal riferimento al formato e relativa ai contenuti e alla tipologia delle notizie.

[7] Per avere un'idea della diffusione e dell'uso del testo info-cartografico si tenga conto che la quantità di mappe che circolano in un giorno sulla rete è stimata nella grandezza di 200 milioni [Michael Peterson, 2003: 2].

[8] Su questa parte si veda Jensen Ole B., Richardson T., 2004, 113-116.