

Zeitschrift: Mobile : la rivista di educazione fisica e sport

Herausgeber: Ufficio federale dello sport ; Associazione svizzera di educazione fisica nella scuola

Band: 11 (2009)

Heft: 1: "mobile" compie 10 anni

Artikel: Anno nuovo, nuovo look

Autor: Leonardi Sacino, Lorenza

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1001205>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

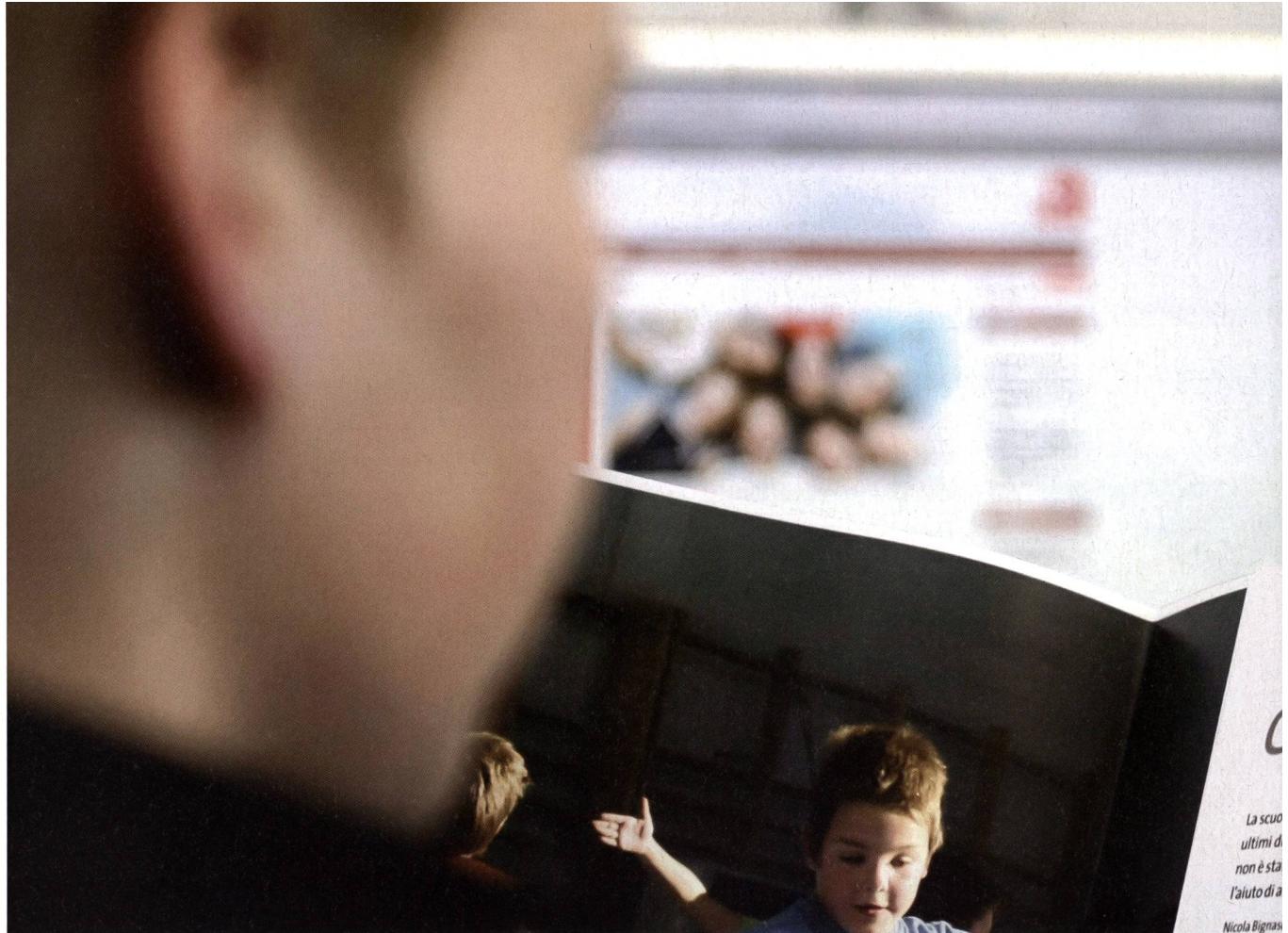
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Anno nuovo, nuovo look

Nel 2009, «mobile» non festeggia solo dieci anni di esistenza. A partire da questo numero la rivista si presenta ai suoi lettori con delle novità importanti. Novità che riguardano sia la versione cartacea sia quella on line.

Lorenza Leonardi Sacino

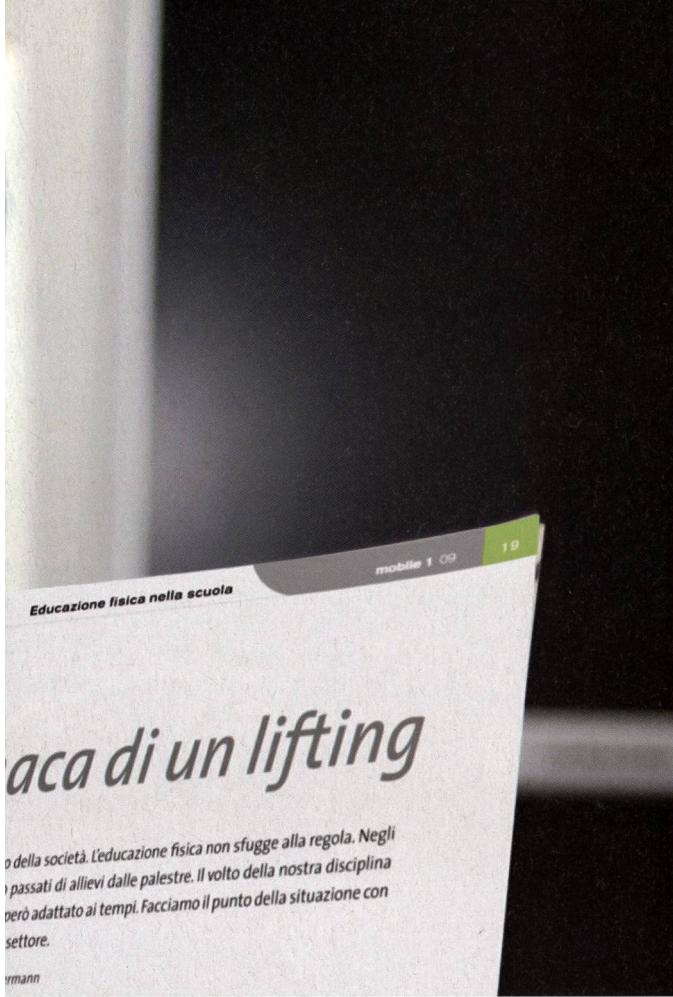
In un'era in cui le tendenze si propagano alla velocità della luce e tutte le innovazioni diventano inflazionate a tempo di record, nemmeno il mondo mediale può permettersi di perdere il treno del rimodernamento. Quale momento migliore, dunque – se non un anniversario – per introdurre dei cambiamenti che consentiranno alla pubblicazione di restare al passo coi tempi? Per festeggiare i dieci anni di esistenza, «mobile» si è così offerta due regali: un nuovo sito internet e un rinnovamento parziale a livello di contenuti e di layout all'interno della rivista stessa.

E iniziamo proprio dalla versione cartacea. Il cambiamento principale, dal punto di vista dei contenuti, riguarda la soppressione delle rubriche «Dossier» e «Copertina». Un vuoto che sarà colmato dalla presentazione di tre o quattro grandi temi per numero che affrontano argomenti d'interesse specifico per i vari pubblici destinatari. Una nuova rubrica, denominata «Stile personale», raccoglierà invece le esperienze professionali di docenti di educazione fisica di tutto il paese, presentando gli accorgimenti didattici e metodologici a loro cari.

Extranet

Inserendo il nome d'utente e un codice – quest'ultimo è rinnovato ogni due mesi e pubblicato a pagina due della rivista (nella colonna dedicata all'impressum) – gli abbonati di «mobile» possono entrare in Extranet e scaricare gratuitamente tutti i numeri della rivista (senza inserti pratici) a partire dall'1/05. Questo settore protetto offre pure la possibilità di scaricare gratuitamente delle immagini apparse nei vari numeri – da utilizzare prettamente per scopi professionali (inserendole ad esempio nel contesto di una lezione di educazione fisica) – e degli «extra», vale a dire dei documenti correlati ad articoli pubblicati su «mobile». Per facilitare il compito agli utenti, anche extranet è stato dotato della funzione ricerca.

www.mobile-sport.ch



articoli o altro tipo di materiale nello shop del sito dell’Ufficio federale dello sport (www.basposhop.ch). I testi di presentazione di ogni numero sono inoltre stati adeguati per facilitare la ricerca con i criteri di selezione.

«Le pagine web sono strutturate in modo tale da facilitare l’accesso agli abbonati e migliorare la gestione dei contenuti», spiega Mathias Rusterholz, responsabile web all’UFSPO. Un altro fattore centrale è il perfezionamento dell’archivio, che d’ora innanzi presenta una descrizione di ogni numero pubblicato dal 2005 sino ad oggi, la possibilità di scaricare a pagamento tutti i numeri in formato PDF (inserti pratici compresi), nonché il link che rinvia al basposhop, dove si possono ordinare riviste e inserti in forma cartacea. All’interno dell’archivio gli abbonati possono pure accedere ad una parte a loro riservata: l’extranet (v. riquadro). «L’obiettivo principale di www.mobile-sport.ch è quello di mettere a disposizione un archivio completo e funzionale e delle pagine in grado di stimolare l’interesse dell’utente nei confronti dei contenuti della rivista.» ■

Per quanto riguarda i due inserti pratici, uno di essi si rivolgerà sistematicamente ai bambini in età compresa fra i 5 e i 10 anni, mentre l’altro sarà di carattere più generale. Ogni fascicolo che presenta una disciplina sportiva sarà costruito sulla base del modello della prestazione raffigurato nella Guida didattica di Gioventù+Sport.

Graficamente parlando, la rinfrescata cui «mobile» è stato sottoposto riguarda sostanzialmente dei piccoli accorgimenti su ogni pagina che infondono un tocco di leggerezza e agevolano la lettura. Le immagini restano uno dei punti forti di «mobile», «Nella carta stampata, e in particolare in una rivista, le fotografie costituiscono una sorta di linguaggio visuale che si affianca e si integra in quello testuale», spiega Franziska Hofer, responsabile del team grafico di «mobile» alla sezione Media dello sport dell’UFSPO. La rivista si è appropriata anche di nuovi colori arricchendosi pure di linee essenziali. «La particolarità del layout di una pubblicazione specializzata nello sport e nell’educazione fisica è sicuramente il movimento, il dinamismo.» Ma, attenzione! Questo non significa eccedere nel... selvaggio. «È molto importante dare linearità alle pagine e creare il giusto equilibrio fra vivacità e pacatezza.»

Novità su www.mobile-sport.ch

La comunicazione on line è un mezzo che viene sempre più utilizzato dai mezzi d’informazione per raggiungere i pubblici destinatari. E «mobile» non è da meno. Dal 5 febbraio 2009 propone infatti agli utenti un sito internet totalmente ridisegnato. La grafica, i colori e la struttura sono identici a quelli utilizzati nel sito dell’Ufficio federale dello sport, ciò che favorisce una maggiore identificazione con l’organo cui la rivista è strettamente legata. Le modifiche più importanti riguardano la funzione «ricerca», che è stata considerevolmente potenziata. Inserendo dei criteri precisi sarà possibile ritrovare documenti nella piattaforma di base, nonché

Due supporti, due letture diverse

Un sito web va visto piuttosto come un supporto complementare ad una pubblicazione o come una copia conforme? Una trasposizione di una rivista cartacea sul web così com’è senza apportare alcun aggiustamento non è un’operazione efficace, perché su internet il modo di leggere è profondamente diverso rispetto a quello della carta stampata. Lo dimostrano anche i risultati dell’edizione 2007 della ricerca Eyetrack del Poynter Institute di Boston, basata sull’osservazione dei movimenti effettuati dagli occhi. I dati quantitativi pubblicati dall’istituto statunitense confermano le differenze esistenti fra lettura su carta e su web. Di seguito alcune delle conclusioni rese note:

- premettendo che esistono due modalità di lettura, una lineare ovvero dalla prima all’ultima riga in modo sequenziale, ed un’altra chiamata «scanning», che consiste nel saltare velocemente con gli occhi da una riga all’altra alla ricerca di punti o parole chiave di interesse, dalla ricerca è emerso che il 75% dei lettori di carta stampata appartiene alla prima categoria, mentre per il web la situazione è del 50:50.
- se è vero che su internet la scelta se leggere o no è più veloce e selettiva, una volta presa la decisione, il lettore web è più «fedele»: nel 63% dei casi porta a termine la lettura, contro il 40% dei quotidiani ed il 36% dei periodici.
- ad attrarre l’attenzione del lettore sulla stampa cartacea sono i grandi titoli e le foto, laddove sullo schermo del computer sono essenzialmente gli elementi di navigazione che possono essere sia testuali sia grafici (menu, short lists, link).