Spazio all'estetica

Autor(en): **Bignasca, Nicola**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Mobile : la rivista di educazione fisica e sport**

Band (Jahr): **11 (2009)**

Heft 1: **"mobile" compie 10 anni**

PDF erstellt am: **27.07.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1001204

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Spazio all'estetica

Una grafica fascinosa, frutto di un'accurata miscellanea tra una resa tipografica curata nei minimi particolari ed influssi della comunicazione pubblicitaria. L'impaginazione di «mobile» è un felice connubio tra il classico e il moderno dall'elevato valore estetico.

Nicola Bignasca, foto: Philipp Reinmann

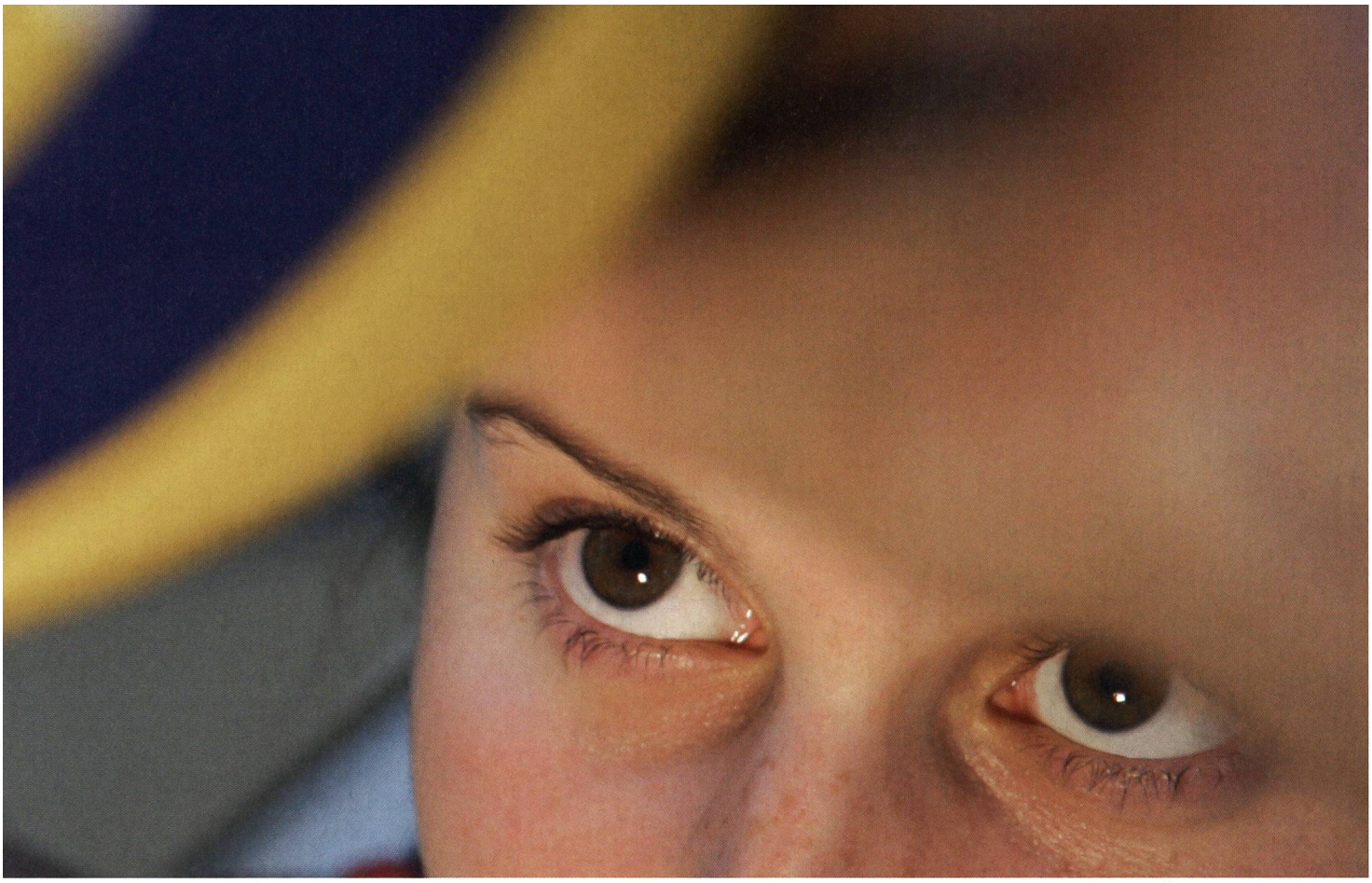
Una bella rivista da guardare e da sfogliare con piacere. Allorché fu presa la decisione di dare vita ad un nuovo periodico, i pionieri di quell'avventura ebbero il coraggio di porre la veste grafica allo stesso livello di priorità della linea editoriale e dei suoi contenuti. Una scelta per nulla scontata, quasi una rivoluzione nell'ambito delle riviste pedagogiche, in cui – allora, ma in parte ancora attualmente – vigeva il primato assoluto dei contenuti e l'estetica era relegata nel cassetto.

Una grafica d'avanguardia

Un ruolo di primo piano nell'elaborazione della concezione grafica di «mobile» lo ebbe Daniel Käsermann, fotografo, redattore fotografico e, dal 2008, capo del settore «Media dello sport» all'UFSPO. A lui si deve la felice intuizione di coinvolgere un grafico – e non solo una tipografia – per assolvere al meglio questa delicata fase creativa. Fu lui infatti a proporre Ralph Turtschi, un esperto di comunicazione visiva di rinomanza mondiale. «La sua tecnica mi ha affascinato sin dall'inizio. Ha saputo imporre un nuovo stile nell'impaginazione di riviste.» La scelta si rivelò azzeccata, come lo dimostrarono i risultati dei sondaggi e le reazioni spontanee dei lettori. La grafica di «mobile» ottenne ripetutamente voti eccellenti, di lunga migliori rispetto al contenuto. «È il frutto di un'unione equilibrata tra elementi tipografici tradizionali, curati nei minimi particolari e un linguaggio pubblicitario.» Per la prima volta una rivista prettamente pedagogica si distanziava dal principio che ogni pagina dovesse essere riempita completamente con del testo. L'ideatore della grafica di «mobile» – Ralf Turtschi per l'appunto – accordò una grande importanza ai contrasti e rivalutò il ruolo degli spazi bianchi e vuoti in quanto mezzo per far risaltare meglio le parti stampate. Curò nei minimi dettagli l'impostazione tipografica e diede alle illustrazioni un ruolo di primo piano. «A quei tempi non era per niente usuale utilizzare le illustrazioni come una materia grezza e trasformarle in layout fotografici. Non fu facile per me accettare questa realtà, perché parto dal principio che la foto è un prodotto a se stante che non si può modificare.»

Un design senza tempo

La partnership con Ralf Turtschi e la sua agenzia grafica durò ben nove anni. Un lasso di tempo in cui la veste grafica di «mobile» seguì



la traccia e lo stile imposti dal suo ideatore. Il corporate design venne plasmato dalle varie collaboratrici grafiche che via via interpretarono lo «stampo» originale.

Chiuso un ciclo, all'inizio del 2008 se ne aprì un altro altrettanto ricco di prospettive. Sempre sulla spinta dell'infaticabile spirito d'iniziativa di Daniel Käsermann, l'impaginazione e la pre-stampa di «mobile» vennero affidate al team grafico dell'UFSPO. I vantaggi di questa saggia decisione non si fecero attendere. «Riunire il ciclo produttivo sotto lo stesso tetto aumenta la flessibilità. I briefing tra la redazione, il fotografo e i responsabili della grafica diventano più efficaci. Ciò permette di reagire più velocemente. In caso di difficoltà, un elemento del team può chiedere aiuto ai suoi colleghi.» Il gruppo diretto da Franziska Hofer ha saputo cogliere perfettamente lo spirito di una rivista che si occupa prevalentemente di educazione fisica e sportiva nell'infanzia e nell'adolescenza, rivolgendosi però ad un pubblico di lettori adulti. Una buona grafica tipografica non deve essere troppo appariscente. Deve agevolare la lettura degli articoli. Uno stile troppo giocoso e nervoso può solo nuocere, in quanto si arrischia di ricadere in ghirigori puramente artistici privi di senso. «Io sono per una grafica classica, lineare, in cui si dà spazio sia a foto di grandi dimensioni che a lunghi spezzoni di testo. Un design classico, atemporale, tranquillizzante.»

L'altra foto

Le immagini non sono l'unico elemento grafico di una rivista ma è certamente colui che suscita più emozioni. A chi non è mai capitato di essere folgorato da una bella foto, posizionata all'inizio di un articolo, ispiratrice di una curiosità irresistibile che induce a leggere il testo? La rivista «mobile» cura particolarmente la scelta delle illustrazioni. «Io prediligo una foto che permette di interpretare una situazione e non solo di ritrarla fedelmente. Non mi riesce sistematicamente ma almeno ci provo sempre a scegliere dei motivi che diano un significato particolare alla situazione. Lungi da me voler dare un giudizio di merito. A me basta contribuire ad una migliore comprensione del contesto in cui si svolge l'attività sportiva.»

Le foto di agenzia sono di regola di ottima qualità per la stampa quotidiana. Un periodico specializzato come «mobile» richiede un altro tipo di illustrazione, deve saper offrire uno squarcio atipico di situazioni di sport di per sé molto famigliari a tutti i lettori. «Una buona illustrazione stuzzica l'attenzione del lettore. Nel caso in cui si guarda una foto due o tre volte, il mio obiettivo è stato raggiunto. Per me è molto importante svelare al lettore una situazione, che loro già conoscono perfettamente, da un altro punto di vista che stimoli in loro la riflessione.»

Il docente è migliore della tecnologia

Anche per l'insegnamento dell'educazione fisica e dello sport, il mercato offre svariati ausili mediali. L'incontro con il nuovo responsabile del settore «Media dello sport» all'UFSPO è un'occasione da non lasciarsi sfuggire per richiedere un suo apprezzamento sulla loro utilità: «Noi vogliamo aiutare il docente a districarsi nella selva delle nuove tecnologie. Infatti, non sono sicuro che ogni progresso tecnologico porti automaticamente ad un miglioramento della qualità dell'azione didattica.»

E, infatti, il senso e l'utilità di un ausilio mediale non sono sempre scontati, anche e soprattutto da un punto di vista del rapporto tra l'investimento (di tempo e risorse) e i benefici (a livello didattico). «Il docente, il tema e l'insegnamento debbono sempre rimanere al centro dell'attenzione. I media rimangono un ausilio secondario. Più elaborati sono i media, maggiore è il pericolo che il docente e gli obiettivi pedagogici cadano in secondo piano. I docenti non devono farsi scrupolo nell'utilizzare strumenti tradizionali come la lavagna, il retroproiettore, ecc.».

Ciò che vale per la rivista «mobile» e per il suo approccio tipografico, vale anche per gli ausili mediali, che devono facilitare la comprensione del messaggio didattico. «Io spero vivamente che i media riacquisiscano il loro ruolo primigenio di strumenti al servizio dell'insegnamento. Il pendolo dell'euforia mediatica deve riposizionarsi al centro.» ■