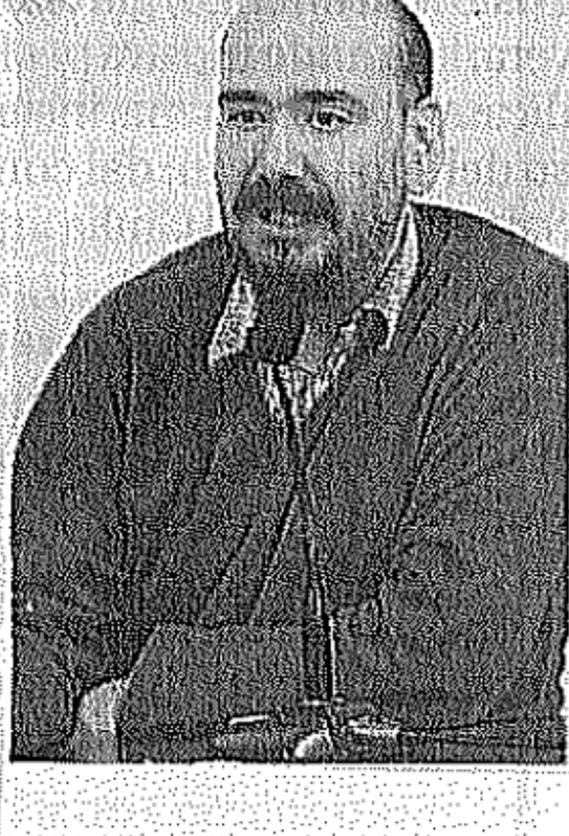


Corraini, l'editore che trasforma i libri in opere d'arte e palestre di design

«**L**l medium è il messaggio» sosteneva in un celebre saggio Marshall MacLuhan, teorico della comunicazione di massa che per primo sviluppò il concetto che ogni mezzo di comunicazione influenza per le sue specifiche caratteristiche il contenuto che trasmette. E un libro acquista sotto questa luce un valore particolare, soprattutto quando si parla di un prodotto che nasce come opera a se stante di un singolo autore, che ne concepisce non soltanto il contenuto, ma anche la forma.

Stiamo parlando di prodotti editoriali di altissimo profilo, come quelli pubblicati dalla storica casa editrice Corraini di Mantova, il cui giovane art director, Pietro Corraini, è stato ospite ieri all'Accademia Santa Giulia in città nell'ambito del ciclo di incontri «Dalla parte dell'occhio», per parlare della sua attività, che, anche nei tempi della tecnologia e della virtualità, vede confermato il potenziale espressivo della carta stampata. «Per noi, da sempre, il libro non è soltanto un mezzo per raccontare qualcosa, ma è uno spazio concettuale interamente a disposizione dell'artista». «La nostra particolarità - ha spiegato Corraini - che ci differenzia da altri editori che sono arrivati per gradi ad occuparsi di arte, è quella di essere nati come casa editrice da un'esperienza di galleria. Noi non stampiamo cataloghi, stampiamo libri che sono loro stessi opere d'arte».

E in effetti le Edizioni Corraini, che non a caso un paio di anni fa hanno ripubblicato il saggio di MacLuhan a cui si accennava sopra, sono da quarant'anni una vera e propria officina di ricerca e sperimentazione, aperta ad artisti e designer italiani e stranieri, che vanta straordinarie collaborazioni come quella storica con Bruno Munari, che



fu geniale pioniere anche in questo settore. A partire dagli anni Cinquanta pubblicò i primi «Libri illeggibili», che non prevedevano contenuti scritti, ma erano pensati per coinvolgere il «lettore» attraverso una narrazione sensoriale fatta di colore, forma e del gesto stesso di sfogliare le pagine; passò poi ad una lunga serie di originalissimi volumi come «Nella notte buia» o «Nella nebbia di Milano» che sfruttano a livello espressivo le qualità intrinseche del prodotto editoriale, il tipo di carta, il colore, le trasparenze, le fustellature, i moduli di stampa, facendo dello stesso lettore, attraverso la sua sensorialità, il protagonista della storia raccontata.

«La carta - ha sottolineato Corraini - ha una dimensione fisica che altri mezzi, soprattutto quelli digitali, non hanno: essa rende il libro un oggetto realmente interattivo». E il lungo campionario di esempi che documenta la storia di questa casa editrice dimostra quanto ogni prodotto possa anche trasformarsi in un autentico pezzo di design.

Lo stesso atteggiamento di apertura sperimentativa ha portato alla nascita della rivista di grafica UnSedicesimo, che venendo via via affidata nella sua interezza a singoli autori (si sono fin qui avvicendati giovani creativi sconosciuti, a grandissimi nomi della scena internazionale, come Milton Glaser), si caratterizza per l'uniformità del formato: le sedici pagine di 17 x 24 cm che sono, neanche a dirlo, il modulo base della stampa dei libri.