

# Quando gli editori andavano per «collane»



## LA FABBRICA DEI LIBRI

**NELLA COLLANA «FILIGRANA» DI MINIMUM FAX, IN GENERE SCAFFALE DI QUEL TIPO DI META-LIBRO CHE È IL DIARIO DI SCRITTURA D'UNO SCRITTORE, OVVERO IL CONSIGLIO D'AUTORE AGLI ASPIRANTI NARRATORI,** gli ultimi due titoli aprono un altro scenario: sono *Storie di uomini e libri* di Gian Carlo Ferretti e Giulia Iannuzzi e *Come finisce il libro* di Alessandro Gazoia, blogger come jumpinshark. Parliamo qui del primo, e rimandiamo il secondo alla prossima settimana. In quarantacinque capitoli il saggio (euro 13, pp. 318) analizza altrettante collane di editori italiani. Ora, per chi i libri li legge senza analizzare troppo ciò che li contiene, diciamo che la «collana» è stata lo strumento principe dell'editoria «di progetto», insomma l'editoria fatta seguendo un'idea - e, certo, il conto economico - più che inseguendo cifre a sei zeri. Quel tipo di editoria per cui ogni marchio aveva una propria identità: non era la notte in cui tutte le vacche sono nere, lo stesso autore non poteva stazionare con identico agio in Mondadori come in Rizzoli. Per il bibliofilo, per il bibliomane, per il feticista, ma anche per chi abbia semplice interesse per la storia della cultura, il saggio di Ferretti-Iannuzzi è una piccola miniera di notizie. Leggendo le pagine sui «Narratori» Feltrinelli si ripercorre tra le righe il confronto al calor bianco che, in quelle stanze e non solo, accompagnò la nascita del Gruppo 63, per esempio. Per saggiare a quale meraviglioso dandysmo potesse arrivare nel Novecento la figura dell'editore, da

leggere poi quelle su Vanni Scheiwiller, l'uomo che seppe fabbricar long-seller come i Proverbi cinesi vendendone negli anni 100.000 copie, ma che si prese il lusso di mandare sul mercato Collages di Italo Valenti in 8 (sì, otto) copie. Di sicuro il più convinto adepto dell'editoria di collana: di collane ne fondò 44...



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.