

METTI IL FETICCIO IN COPERTINA

cale? Cos'è il grigio tipografico?). E di osservazioni molto più acute: sapete cosa c'è dietro l'utilizzo dell'immagine di quel coniglio giocattolo o quella particolare ripresa di una Barbie? Eccoci dalle parti del feticismo delle merci... ❖

**LA FABBRICA
DEI LIBRI**

**Maria Serena
Palieri**

spalieri@tin.it



È da aprile scorso che il blog «copertinedilibri» (animato da una libraia di catena) denuncia i plagi che gli editori effettuano «rubando» immagini già utilizzate da altri. La questione balza all'occhio a chiunque abbia una familiarità quotidiana con le nuove uscite. Il blog riporta casi eclatanti, come la medesima particolarissima fotografia con gambe di donna sovrastate da un impermeabile, che rimanda a un contesto insieme rétro ed epico, usata nel 2006 da Neri Pozza e poi, tale e quale, nel 2009 da Einaudi Stile Libero. Altri plagi sono meno tali: ovvio che il viaggiatore su un mare di nebbia di Caspar David Friedrich venga usato da chiunque, senza sforzarsi troppo, cerchi un'icona del romantico rapporto col Sublime. Ciò che va avvenendo di più nuovo, in realtà, è che l'editoria mainstream (o aspirante tale) da qualche stagione peschi titoli, parole-chiave e copertine in un medesimo barattolo di marmellata: badate a quanto tornassero le parole «Tiffany» e «profumo» nei titoli dei romanzi in top ten nel 2011. Ora, se volete farvi un'idea del dibattito nel suo complesso andate su Affaritaliani.it, dove troverete un'ampia inchiesta. Se, invece, volete capire quante accezioni possa avere la parola «copertina», cioè in quanti modi si possa declinare ciò che a torto si può ritenere sia solo l'impacchettatura del libro, leggete un curioso testo edito da **minimum fax**. *Fare i libri. Dieci anni di grafica in casa editrice* (pp.172, euro 15). A cura dell'art director Riccardo Falcinelli, è certo un testo autopromozionale. Ma interessante davvero. Pieno di piccoli segreti tecnici (cos'è il fulcro verti-

