

NETWORK

La formula e il modello Bookcity

FRANCO BOLELLI

È TROPPO presto per dire se l'idea di allestire un Salone del libro a Milano sia stata o no una buona idea. Tempo di libri si è certamente aggiudicato il primato di più banale titolo dell'anno, ma quanto alla sostanza credo si debba attendere trattando quello che è andato in scena alla Fiera come una specie di numero zero. Si può far meglio, su questo direi che non ci sono dubbi. Quello che ci si dovrebbe semmai chiedere è se in generale saloni e fiere abbiano ancora un senso, se non siano ormai l'anacronistico equivalente delle cabine del telefono. Credo che la risposta non possa essere univoca: hanno certamente senso e importanza saloni e fiere che riguardano temi e prodotti più tecnici, penso che invece debbano essere reinventati e vivacizzati quelli dedicati a mondi dove il prodotto è ammantato di un'aura più creativa. Anche senza voler usare come inevitabile termine di paragone il design, dove il classico salone è stato un avamposto da cui invadere l'intera città e l'immaginario condiviso, direi che per restare ai libri la formula di Bookcity — dinamica, diffusa, multiforme — è molto più in sintonia con un mondo dove è un madornale errore trattare le persone come visitatori e numero di biglietti staccati. Tempo di libri e Bookcity insieme: non sarebbe la migliore soluzione?

