

# A E D I T D'ADDA27

## LA LEGGE DI BRUNO

“Complicare è facile, semplificare è difficile”. Lo diceva cinquant’anni fa Bruno Munari, uno dei più nobili rappresentanti dell’arte e del design del ‘900. Una riflessione che partiva dalle arti visive ma che, come tutte le intuizioni universalmente valide, può essere applicata a qualsiasi campo. Ma per chi si occupa di comunicazione e di informazione ha una valenza ancora maggiore: il modo in cui trasmettiamo idee, concetti e contenuti non può prescindere dalla fruibilità di quelle idee, concetti e contenuti. Viviamo in un’epoca imbizzarrita di messaggi e immagini, il web trabocca di notizie, tutto è reperibile in un attimo, ma quello che paradossalmente poteva essere uno strumento a servizio della verità rischia di essere uno shaker diabolico che mixa realtà e finzione, dove tutto è relativo. Ecco allora che riuscire a parlare in modo semplice e immediato, rendendo leggibili per un numero sempre più ampio di persone anche argomenti meno immediati, diventa un valore aggiunto. Noi, nel nostro piccolo, abbiamo provato a farlo anche in questo numero. Facendo il punto, ad esempio, su cosa ci lascia in eredità il Covid-19 nel mondo del lavoro, con una panoramica sullo smart working in Italia. Parlando dei nuovi strumenti che probabilmente avranno una spinta nel marketing nell’immediato futuro, come l’eye tracking, e di cosa invece resterà immutato per sempre, come l’utilizzo dei colori in comunicazione. Oltre a digressioni su aziende, web e attualità. L’abbiamo fatto, come di consueto, con la nostra informazione illustrata che vuole parlare alla Bruno Munari, in modo semplice e chiaro. A lui, speriamo, sarebbe piaciuta. Se così non fosse, ce ne prenderemo la colpa.

