



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata

Dipartimento di Scienze Politiche, Giuridiche e Studi Internazionali

CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

Comunicazione giuridica e legal design

Relatore:

Ch.mo Prof. Vincenzo Durante

Laureando:

Eleonora Franzin

Matricola n. 1198791

ANNO ACCADEMICO 2021-2022

Indice

Introduzione	3
1. Il legal design e i suoi obiettivi	6
1.1 Cos'è il legal design e dove nasce	6
1.2 L'approccio multidisciplinare	10
1.3 I principi del legal design	11
2. Il processo del legal design	14
2.1 Le fasi del processo	14
2.2 La centralità dell'utente	16
2.3 Il design thinking	20
3. Principi di brevità e sinteticità, chiarezza e trasparenza, comprensibilità e ordine	24
3.1 Le normative per una maggior chiarezza	24
3.2 Legal design e privacy	26
3.3 Altri campi di applicazione	31
4. Cambiamenti e riflessioni	35
4.1 Il nuovo ruolo dell'avvocato	35
4.2 Pro e contro	36
4.3 Testimonianze	38
Conclusioni	42
Bibliografia	43

Introduzione

Se bene, per la grida pubblicata d'ordine del signor Duca di Fera ai 14 di dicembre 1620, et confermata dall'Illustriss. et Eccellentiss. Signore il Signor Gonzalo Fernandez de Cordova, eccetera, fu con rimedii straordinarii e rigorosi provvisto alle oppressioni, conclusioni et atti tirannici che alcuni ardiscono di commettere contra questi Vassalli tanto divoti di sua di S.M., ad ogni modo la frequenza degli eccessi, la malitia, eccetera, è cresciuta a segno, che ha posto in necessità l'Eccell. Sua, eccetera. Onde col parere del Senato et di una Giunta, eccetera, ha risoluto che si pubblichino la presente.¹

È nella prima metà dell'800 che Alessandro Manzoni, riferendosi alla prima metà del secolo XVII, sottolinea la brutta consuetudine di certi avvocati di mettere soggezione ai propri clienti usando un linguaggio ampollosamente incomprensibile. Antica consuetudine che molte volte serve a mettere uno schermo sul proprio operare, quasi a difesa preventiva di una scarsa professionalità che avrebbe, tra i suoi doveri principali, la chiarezza. Tra l'altro, già nel soprannome di questo avvocato, non nel nome proprio, Agnese aveva dichiarato questa assenza nella chiarezza: Azzecca-garbugli, appunto. E Renzo, nell'apprestarsi allo studio del professionista rivela uno stato d'animo che, purtroppo, riscontriamo essere ancora attuale e presente in coloro che si rivolgono a certi professionisti, non solo nell'ambito legale ma anche in quello medico o assicurativo.

Nell'entrare, si sentì preso da quella soggezione che i poverelli illetterati provano in vicinanza d'un signore e d'un dotto.²

È da sottolineare che Renzo non era proprio quel che si dice un sempliciotto illetterato. Non era certo dotato di cultura elevata, ma era un piccolo imprenditore con tanto di dipendenza subordinata; non proprio quel che si dice uno sprovveduto.

Purtroppo, è un'antica consuetudine ancor oggi troppe volte utilizzata, se non addirittura abusata, da pedanti e incapaci legulei che disorientano, mettendo il cliente in una silenziosa subordinazione. Consuetudine di cui abbiamo prova del suo esistere fin dall'inizio del '500 con Machiavelli che riprende il termine dal fiorentino dove sottolineava negativamente un qualcosa di poco chiaro, in cui si cercava di indovinare a tentoni la soluzione a un intreccio complicato.

Possiamo trovare il comportamento da Azzecca-garbugli non solo nel campo della giurisprudenza, da parte degli avvocati. Capita, infatti, che anche in ambito sanitario i medici si esprimano con vocaboli propri della loro sfera che il paziente, o coloro che lo

¹ MANZONI A., *Promessi sposi*, cap. III, 1827.

² *Ibidem*.

accompagnano, riescono a capire solo parzialmente o, addirittura, per niente. Non comprendere a pieno in un campo come quello relativo alla salute può portare a danni veramente seri se non gravi. - Che malattia (non patologia) ho? Quale la cura? Quali le medicine e quando prenderle (non posologia)? - Sono le semplici domande che i pazienti rivolgono ai medici, chiedendo risposte semplici e chiare e, nella chiarezza, rassicuranti. I medici sono i responsabili del nostro continuare a vivere e della qualità, nei confronti della salute, della nostra vita. Perché non essere estremamente chiari e cadere nell'artificiosità di un linguaggio poco accessibile? Per non parlare della calligrafia (o sarebbe meglio parlare dei geroglifici) di certe diagnosi, prescrizioni e ricette.

Poca chiarezza che troviamo anche nei confronti di certi insegnanti che non si preoccupano dell'epiteto che dovrebbe sempre distinguere il ruolo del professore, *chiarissimo*. Purtroppo, molte volte, la scuola generalmente non porta il corpo docente alla sensibilità del mettersi nei panni degli studenti. Il gusto del vestire i panni del cattedratico di vecchio stampo non è ancora stato "debellato". Questo, quasi a cercare un'autoritarità, e non un'autorevolezza, attraverso il distacco, sia in un comportamento poco empatico sia attraverso il codice linguistico.

Si potrebbe continuare con altri esempi, probabilmente conosciuti ai più. Quante volte firmiamo un contratto, ad esempio nel campo assicurativo o bancario, senza aver letto le infinite clausole che, solo a guardarle, scoraggiano il tentativo di una impossibile comprensione. Senza parlare poi dei contratti nel campo della telefonia infarciti di penali nascoste delle quali veniamo a conoscenza solo quando ci sbattiamo contro con conseguenti nervosismi e arrabbiature che comportano perdite di denaro.

La disciplina del *legal design* nasce proprio per trovare soluzione a questi costumi che definirei antiprofessionali. La sua mission consiste nel rendere i rapporti tra le parti, professionista e utenza, più agevoli, più chiari e, quindi, comprensibili. I risultati sarebbero estremamente importanti e utili a tutti.

Da non trascurare un aspetto interessantissimo sottolineato dalla contract designer Stefania Passera, ovvero quello di una funzione di democraticizzazione del legal design³. Il professionista e l'utente, nell'incontrarsi sul piano della reciproca comprensione, non solo aumentano la fiducia che la conseguente fidelizzazione, ma arrivano ad una empatia collaborativa che porta a risparmio di energie, di tempo e di maggior utili. Il legal design vuole diminuire, se non addirittura eliminare, le asimmetrie tra le parti.

Nei tribunali, alle spalle del giudice, appare sempre l'arcinota frase di Pietro Calamandrei "La legge è uguale per tutti"⁴. Differenze culturali e di conseguente linguaggio non portano all'uguaglianza tra i cittadini, ma continuano a tenere differenze tra "caste di ceto superiore e caste inferiori".

³ Cfr. MASSONI E., *Il Legal Design aiuta i cittadini a capire leggi e regole. E dovrebbe essere un diritto, soprattutto nelle emergenze*, in <https://www.designatlarge.it/legal-design-cos-e/> (consultato il 21.05.2022).

⁴ Cfr. CALAMANDREI P., *Processo e democrazia*, Cedam, 1954.

In questo lavoro ho focalizzato l'attenzione sui punti nodali che caratterizzano il legal design. Per prima cosa ho ritenuto importante spiegare in cosa consiste e quali sono le aree geografiche in cui è nato e successivamente sviluppato. Nell'addentrarci, una delle caratteristiche fondamentali che incontriamo è la sua multidisciplinarietà, ovvero la collaborazione delle varie abilità e competenze che afferiscono allo sviluppo di questa nuova pratica e al suo successo.

Il principio su cui si fonda il legal design è quello di mettere l'utenza in condizione di capire appieno quali siano le metodologie e le strategie che vengono usate in ambito legale, eliminando l'asimmetria che spesso separa e inibisce coloro che non sono in grado di capire i linguaggi troppo tecnici della giurisprudenza.

Partendo da quanto detto, ovvero lo snellire e il rendere efficace il linguaggio giuridico, si evidenziano delle vere e proprie fasi nel processo del legal design, che non lo portano semplicemente ad "abbellire" un testo, ma che necessita di una vera e propria progettazione estremamente più complessa, costruita sul *design thinking*.

Altro punto fondamentale è quello che si basa sull'analisi dell'utente. Non solo capire gli obiettivi che vorrebbe raggiungere, ma anche la focalizzazione delle sue competenze linguistiche/giuridiche, della sua provenienza culturale, delle sue capacità di comprendere. Tutto per soddisfare al meglio i suoi bisogni.

I principi di brevità e sinteticità, chiarezza e trasparenza, comprensibilità e ordine sono i cardini del legal design; infatti, li troviamo sempre più frequentemente all'interno delle leggi stesse che vogliono portare ad uno snellimento delle consuete e complesse pratiche.

Un'attenzione particolare riguarda la tutela della privacy, dove molte volte l'utenza rischia di sottoscrivere documenti di cui non ha chiaro gli eventuali obblighi, permessi concessi e rischi connessi, basti pensare all'enorme incremento di problematiche che si riscontano nel mondo del web.

A seguito di questi importanti cambiamenti il ruolo dei professionisti in campo giuridico ha dovuto assumere nuove caratteristiche. Si chiede loro di acquisire il ruolo di consulenti capaci di una comunicazione "tra pari" con la loro clientela, stimolando una collaborazione più attiva e partecipe.

Ogni cambiamento comporta nuove problematiche. Per cui ai lati positivi fin qui analizzati si aggiungono difficoltà che non sempre fanno sì che le nuove teorie del legal design vengano accolte. Per capire punti di vista diversi ho cercato di entrare in contatto con vari professionisti.

1. Il legal design e i suoi obiettivi

1.1 Cos'è il legal design e dove nasce

La complessità della comunicazione in ambito legale e la sua semplificazione è l'aspetto d'indagine del legal designer che vuole rendere la trasmissione verso l'interlocutore finale priva di quella preoccupazione e ansia che troppe volte caratterizzano il rapporto tra le parti.

A questo obiettivo concorrono molti aspetti eterogenei costruendo un vero e proprio ambito pluridisciplinare come la comprensibilità, l'apprezzabile fruibilità e l'ovvio ritorno nella vendibilità. Non una semplice operazione di marketing per gli studi legali, ma un'esigenza che nasce dal mercato, ovvero proprio dalla loro clientela.

È fondamentale che tra l'avvocato ed il cliente si instauri un rapporto di collaborazione e di fiducia. Il legal design ha il compito di mediare tra queste due figure, fornendo all'utente i mezzi per capire il sistema legale e sviluppando strategie d'azione. Questa disciplina dovrebbe quindi rendere bidirezionale il rapporto tra cliente e avvocato fornendo strumenti che non facciano sentire l'utente "inutile" ed "incapace". Valori e principi del legal design sono riassunti da Margaret Hagan, fondatrice del Legal Design Lab, nonché docente presso lo Stanford Institute of Design.

Fiducia è la parola chiave, che guida verso il risultato nel rapporto con gli assistiti.

Varie sono le definizioni che hanno cercato di attribuire a questo nuovo approccio, tra cui la giurista statunitense Margaret Hagan e la designer italiana Stefania Passera che ne hanno analizzato gli elementi chiave: da un lato il legal, perché rimane principalmente di contenuto giuridico, dall'altro il design da intendere come un metodo di progettazione finalizzato alla semplificazione dei contenuti.

Qualcuno potrebbe essere indotto a pensare che il legal designer sia solo un aspetto di impaginazione grafica estetizzante, quasi una "bella veste".

Grafica e conseguente aspetto visivo sono ingredienti molto importanti, ma non è a questi che si deve affidare la parte di protagonista nella costruzione dei processi comunicativi, di identificazione del vostro studio, di successo delle vostre proposte. Utilizzare grafica e

*aspetto visivo per cancellare la tradizionale complessità del rapporto con il cliente/utente per arrivare a soluzioni caratterizzate da chiarezza e da pratico utilizzo.*⁵

*“Evitare una difficile e, molte volte, demotivante decodifica”*⁶. È questo l’obiettivo che fa nascere l’esigenza e la proposta del legal design, che lo porta a concentrarsi verso una ricodifica, sia del linguaggio che degli strumenti dell’ambito legale, in chiave visual. Quindi, una più diretta accessibilità anche per coloro che non hanno formazione o pratica giuridica.

Il legal design combina quindi più tecniche e saperi per progettare prodotti di contenuto giuridico *“precisi sotto il profilo tecnico-giuridico e comprensibili, efficaci e immediatamente fruibili sotto il profilo comunicativo”*⁷. Il legal design approda alle metodologie di design thinking e user experience già affermate in ambito di marketing e comunicazione per ottenere una semplice riflessione.

Quante volte capita di trovarsi di fronte a contratti incomprensibili? Quante volte in norme labirintiche? Quante volte un testo giuridico viene lasciato per le troppe difficoltà riscontrate nella comprensione? Tutte difficoltà per coloro che non sono introdotti al lessico giuridico ma, a volte, anche, ed è peggio, per chi lo è. La frequenza e l’applicazione di norme nella società è preponderante e il tutto dovrebbe essere chiaro, alla portata di tutti, come la conseguente interpretazione. Il fine del legal design nei confronti dell’utente finale è portare quest’ultimo ad avere un più agevole accesso a norme, ad atti, a provvedimenti giuridici, contratti o altro documento di valore legale che risultano molto spesso difficilmente accessibili. Questa riflessione nasce dall’analisi di regole e norme scritte, non di rado, veramente male. Un tipico esempio sono le multe elevate con errori nella citazione delle norme violate a sostegno della sanzione.

Cercare di aiutare i cittadini a capire leggi, regolamenti, contratti. Renderli comprensibili a una platea la più ampia possibile. Questa è la mission del legal design. Si è notato come durante la pandemia la chiarezza fosse elemento fondamentale nel salvare vite umane e nel far diminuire lo stress. Chiarezza che mancava nell’accavallarsi nei diversi tipi di autocertificazioni richieste, una vera e propria selva che rileva come, molte volte, la chiarezza non sia tra le prime caratteristiche del nostro paese.

Molto attinente diversa la famosa nota intitolata *Brevity* (e già nel titolo rivela i suoi obiettivi) che sir Winston Churchill, nel pieno della II guerra mondiale, emise per il proprio staff. Una lezione che ancora oggi risulta di grande attualità. Cinque regole, espresse nel modo più sintetico e chiaro, che formalizzavano l’imperativo di semplificare, quanto più possibile, in un linguaggio semplice la comunicazione di informazioni, soprattutto in quei tempi di grandi emergenze e pericolo. Una lezione da seguire che, anche attraverso il legal design, la

⁵ *Il Legal Design spiegato agli avvocati (ma non solo)*, in <https://www.ldezign.it/legal-design-per-avvocati-e-professionisti/> (consultato il 22.05.2022).

⁶ *Il Legal Design per rendere l’informazione legale più fruibile*, in <https://servicematica.com/il-legal-design-per-rendere-linformazione-legale-piu-fruibile/> (consultato il 23.05.2022).

⁷ DE MURO B., IMPERIALE M., *Legal Design. Come il design può semplificare il diritto*, Giuffrè, 2021.

giurisprudenza sta cercando di mettere in atto. *“Il legal design riguarda l’esercizio di una democrazia allargata e reale”* sottolinea, infatti, la contract designer Stefania Passera.⁸

La legge si rivolge a persone comuni e questo, ancor di più, nei campi del marketing e della comunicazione. Gdpr, copyright, diritto pubblicitario, non sono aspetti a uso esclusivo delle aule di tribunale, ma nascono e si rivolgono a tutti i soggetti giuridici. Devono essere capite per poi avere una fattiva applicazione.

*Legal Design come impresa è cresciuta in risposta alla crisi di accesso alla giustizia. È ormai assodato che i sistemi giudiziari non funzionano per le persone che dovrebbero servire. Le leggi e le procedure sostanziali, scritte da avvocati per un pubblico di avvocati e giudici, sono dense di testo e difficili da capire e da applicare. I processi giudiziari assumono che le parti sono rappresentate da un avvocato e hanno le risorse per navigare in un sistema complesso e prolisso. In effetti, la realtà è che l'86% dei problemi legali civili segnalati dagli americani a basso reddito nell'ultimo anno ha ricevuto un aiuto legale inadeguato o inesistente.*⁹

Quindi possiamo sicuramente affermare che il legal design può essere inteso come uno strumento di democratizzazione, il cui obiettivo non è quello di vendere prodotti e servizi per trarne guadagno, bensì un modo per aiutare l’essere umano a scegliere strategicamente la soluzione migliore per se stesso.

Non è di certo un modo per banalizzare il diritto, ma rappresenta un importantissimo strumento per renderlo comprensibile ai clienti. Il che vuol dire che, sotto un altro punto di vista, per realizzarlo non basta dare una nuova veste grafica ai documenti, ma occorre semplificarli senza sminuirne, sottovalutarne o, peggio, svilirne il contenuto.

Per riuscire a fare ciò, bisogna innanzitutto diminuire la lunghezza delle proposizioni, dopo di che occorre mantenere le parole tecniche e spiegarle al cliente, ed infine aggiungere alcuni elementi grafici, tra cui elenchi puntati, icone e formattazioni adatte così che il contenuto possa essere subito comprensibile. Ogni aspetto può essere o meno valorizzato in base al tipo di cliente e al tipo di caratteristiche di applicabilità del legal design stesso. Quest’ultimo deve dunque fornire la soluzione adatta in più piattaforme, tra cui si possono trovare brochure, poster, report e vari social network, così da soddisfare ogni tipo di cliente che ci si trovi davanti. Come già detto un insieme eterogeneo di elementi che concorrono alla semplificazione e conseguente chiarezza. Vittorio Scialoja affermava infatti che

⁸ La frase di PASSERA citata nel testo è menzionata in MASSONI E., *Il Legal Design aiuta i cittadini a capire leggi e regole. E dovrebbe essere un diritto, soprattutto nelle emergenze*, in <https://www.designatlarge.it/legal-design-cos-e/> (consultato il 21.05.2022).

⁹ DUCATO R., STROWEL A., *Legal Design Perspectives. Theoretical and practical insights from the field*, Ledizioni, 2021.

*Non vi è pensiero giuridico se non in quanto sia chiaro. Tutto ciò che è oscuro può appartenere forse ad altre scienze, ma non al diritto. Il diritto è arte di tracciare limiti ed un limite non esiste se non quando sia chiaro.*¹⁰

Non è una semplice trasformazione delle parole in disegni, ma è la progettazione di un layout funzionale al trasmettere e comunicare informazioni.

Alla School of Law di Stanford il design è stato eletto quale veicolo per arrivare a proporre delle soluzioni di più diretta fruizione e, quindi, maggiormente funzionali. È proprio Megan Hagan la figura centrale per la ricerca e promozione nell'ambito del legal design. Gli esordi dell'indagine della Hagan sono rivolti verso la visualizzazione grafica di processi legali, aspetti di legge e contratti, questo appena termina gli studi universitari. Era consona a disegnare, riassumere e organizzare con ausili grafici le moltissime, a volte noiose, nozioni della scuola di legge. È così, che da qualche anno negli Stati Uniti, si è iniziato a sperimentare strumenti di infografica e di conseguente visualizzazione legale. Questo, con particolare attenzione, soprattutto negli ambiti pubblici, su una progettualità ovviamente human centered.

Nel nostro continente si sviluppa in primis in Europa centrale e in Finlandia, e oggi si sta diffondendo anche in Italia coinvolgendo sempre più gli avvocati del nostro paese che intravedono la possibilità di rendere le forme di comunicazione, le procedure legali e la stessa giustizia più comprensibile, più accessibile e, se possibile, più affascinante.

Fondamentale appare la citazione di quanto Margaret Hagan espone nel suo libro a proposito della disciplina del legal design.

Legal design is a way of assessing and creating legal services, with a focus on how usable, useful, and engaging these services are. It is an approach with three main sets of resources — process, mindsets, and mechanics — for legal professionals to use. These three resources can help us conceive, build, and test better ways of doing things in law, that will engage and empower both lay people and legal professionals.

Design offers methods and priorities to transform the legal sector, to make legal outcomes more aligned with those its users desire, and to create ambitious new visions for how legal services can be provided. A design approach to legal services puts people and their contexts as the focus, questions how their status quo could be improved, and then considers the potential of technology as an intervention.

Legal design asks how we can increase wisdom, empowerment, and strategic decision-making. Its aim is to improve people's comprehension of the rules & systems that apply to them — and give them the power to navigate the legal system in the most strategic and intelligent way.

¹⁰ SCIALOJA V., *Diritto pratico e diritto teorico*, in "Rivista del diritto commerciale", vol. 9, 1911, 1, pag. 942.

Legal design focuses on both the front-end of the legal system & its back-end. For the front-end, legal design uses the power of design mindsets & process to create better interfaces and tools with which people can navigate the legal system. For the back-end, it uses these same means to create more intuitive systems and rules. Half the battle (perhaps the first half) is putting layers on top of the legal system to make it easier to understand and deal with. The other half is improving the design of the actual legal system.¹¹

1.2 L'approccio multidisciplinare

È sempre Margaret Hagan a puntualizzare su quali siano le abilità che vengono a richiedersi a un avvocato che oggi aderisce ai nuovi concetti del legal design. Insiste sul fatto che avvocati e designer dovrebbero collaborare per poter offrire servizi legali di qualità, che siano davvero user-friendly e che abbiano la capacità di coinvolgere.¹²

We lawyers must learn to work on teams of interdisciplinary experts. Lawyers and other legal professionals may have strong expertise in the content of law, but this does not mean that they are the right person to be designing the intervention to address the problem — or leading the project to implement this intervention. Rather, lawyers must seek out other types of experts, who have the skill sets to properly scope the problem and stake out the path to resolution. The lawyer should certainly be on the interdisciplinary team, taking part in the design process and providing guidance on legal content and practices. But the lawyer must cede some (or much) of the design decision-making to professional designers, computer programmers, neuropsychologists, economists, educators, psychologists, human-computer interaction experts, and other specialists who have greater familiarity with designing products and services.

Quindi possiamo affermare che l'intera struttura della comunicazione si trova a coinvolgere molti ed eterogenei soggetti dai diversi ruoli fondamentali per la pratica, e per il conseguente successo, della disciplina stessa.

- *il giurista che deve trasmettere un concetto, che sia il legislatore che redige una norma o l'avvocato che stipula un contratto;*
- *chi si occupa di comunicazione, quindi il copy che ha il ruolo di tradurre il linguaggio giuridico in un linguaggio comprensibile al target di utenti a cui è rivolta la comunicazione;*
- *il grafico: il web ci insegna che l'impatto visivo è fondamentale*

¹¹ Cfr. <https://lawbydesign.co>.

¹² *Ibidem.*

- *il programmatore: il legal design coinvolge anche l'organizzazione dei fascicoli ad esempio;*
- *l'esperto di marketing, che non va visto solo come colui che si occupa delle campagne di advertising, ma è colui che ha in mano la disciplina della comunicazione persuasiva.*¹³

È sempre da tenere ben presente che il fine è avvicinare il maggior numero di semplici utenti alla legge, senza che si debbano arrendere davanti alla difficile decodificazione del legalese in lingua normale (ciò che viene chiamato "plain language").

*Sono finiti i tempi in cui era sufficiente il principio "la legge non ammette ignoranza" per giustificare il fatto che non ci sono scuse per non applicarla. Questo principio va bene solo per i divieti, ma quando la legge stessa richiede adempimenti, cambio di forma mentis, come ad esempio il gpdr, per essere davvero effettiva, deve essere compresa.*¹⁴

1.3 I principi del legal design

Il Legal Design sicuramente si occupa di linguaggio ma lo fa su diversi piani:

1. Sul piano lessicale: il Legal Design, infatti, impone di superare il linguaggio tecnicistico (e a volte anche tecnico) per muoversi verso la plain language o addirittura per muoversi verso le immagini o il coding;

2. Sul piano strutturale: il Legal Design è soprattutto un modo di strutturare l'informazione secondo un processo molto semplice che consiste nella rimozione della complessità dell'esperienza finale dell'utente per fornire quello di cui ha davvero bisogno: la risposta ad una domanda ben precisa. La soluzione ad uno specifico problema;

3. Sul piano formale: Legal Design, infatti, è anche presentare il contenuto legale con una forma diversa da quella a cui siamo normalmente abituati (es. utilizzo di infografiche, manipolazione dell'informazione e output generato da un software).

*Attenzione però a non confondere il Legal Design con una sorta di "estetica giuridica". Legal Design non è semplicemente impaginare bene un documento legale. Un documento legale può essere impaginato dal miglior graphic designer del mondo ma se resta non accessibile, non comprensibile, se non dà la soluzione ad un problema, se non aiuta a focalizzare e memorizzare la soluzione, se è ambiguo e confonde, quello resterà sempre un documento che non ha subito alcun processo di Legal Design. Tutt'al più potremo dire che ha subito un restyling formale.*¹⁵

¹³ VERCELLOTTI A., *Legal design: cos'è? per chi è?*, in <https://legalfordigital.it/azienda/legal-design-cosa-e/> (consultato il 20.05.2022).

¹⁴ *Ibidem.*

¹⁵ ZUANON S., *Legal design*, in <https://www.studiarediritto.it/legal-design/> (consultato il 20.05.2022).

Capita troppo spesso che i professionisti (di ogni settore) siano legati e compiaciuti dei loro tecnicismi, addirittura di un loro gergo. Questo può andar bene quando i professionisti (non solo gli avvocati, ma di ogni disciplina) si confrontano tra di loro. Il linguaggio tecnico infatti, se appropriatamente utilizzato, garantisce precisione anche nei dettagli. Ma al di fuori della sfera degli specialisti, se ci si rivolge a parlare a un più ampio pubblico, bisogna cambiare i registri utilizzati. Cambiare la sintassi e, dove possibile, il lessico per arrivare a un qualcosa di più agile e rendere il tutto “più ritmico”.

Forse pochi sanno che la leggibilità di un documento è misurabile. Pensiamo alle frasi lunghissime e piene di subordinate che si trovano nelle documentazioni legali o in quelle aziendali/legali. Bisogna cercare di “fare pulizia” nel linguaggio e nelle modalità di scrittura. È un esercizio fattibile e, soprattutto, utile a tutti.

Le parole tecniche, a volte, sono impossibili a sostituirsi. Ecco che diventa necessario spiegarle per renderle accessibili. Inoltre, bisogna non incappare in ampollosi tecnicismi cercando il più possibile di evitarli. È qui che ricorriamo agli elementi visivi che aiutano a focalizzare il contenuto a colpo d’occhio.

Titoli e sottotitoli, elenchi puntati, formattazioni particolari, grafici, tabelle e icone sono tutti elementi che consentono di rendere il contenuto più digeribile anche a livello visivo.¹⁶

In modo estremamente chiaro, nell’articolo di Alessia Placchi per 4clegal¹⁷, si esplicita che

L’approccio del legal design, improntato a criteri di logicità, semplicità, chiarezza e trasparenza, può essere utilizzato per rendere prodotti, servizi e processi legali più etici, comprensibili ed equi e, per tal via, coinvolgere e responsabilizzare le persone, la comunità sociale, e in generale, la collettività. [...] Semplificare il diritto contribuisce a rendere possibile un accesso alla giustizia a strati di popolazione che ne sono esclusi per mancanza di mezzi o a causa di gap linguistici e culturali favorendo, dunque, alla realizzazione di società inclusive e modelli sostenibili in linea con gli obiettivi sanciti dalle Nazioni Unite nell’Agenda 2030 (SDGs 12 e 16).

Va da sé che un testo di legge è maggiormente comprensibile grazie all’uso di sintesi grafiche, di stimoli infografici, di mappe e di strumenti interattivi, i quali consentono all’utente finale di iniziare un ragionamento guidato dalla logica, ponderato e completo.

¹⁶ *Il Legal Design spiegato agli avvocati (ma non solo)*, in <https://www.ldezign.it/legal-design-per-avvocati-e-professionisti/> (consultato il 22.05.2022).

¹⁷ PLACCHI A., *Legal design: la nuova frontiera del diritto “user-friendly”*, in <https://www.4clegal.com/hot-topic/legal-design-nuova-frontiera-diritto-user-friendly> (consultato il 23.05.2022).

Questo lo porta a prendere decisioni non approssimative ma consapevoli, e in linea con quanto espresso dal contenuto testuale.

Il risultato è quello di andare molto più efficacemente oltre un semplice “alleggerimento linguistico” ottenuto attraverso l’abbandono del “legalese” a favore di un codice più immediato. Lavorare sulla struttura del documento è una delle azioni del legal design. Non si tratta solo di scegliere un’impaginazione o un font che facilitino la lettura, ma anche di procedere a eliminare tutte le informazioni non fondamentali, di contorno che risultano ambigue o prive di un loro valore. Togliere i dettagli che possono distrarre, tutte quelle “incrostazioni” che portano a un affaticamento demotivante. Motivo per cui si vuole cercare di non rendere complessa e frustrante l’esperienza del destinatario. Inoltre, il legal design non trascura la possibilità di usare anche altri media che oltre il testo scritto. Questo il ruolo delle infografiche che aiutano ad aumentare la comprensibilità delle indicazioni che si vogliono trasmettere.

Il Legal Design non è qualcosa di lontano e confinato a certi ambienti. In questo anno e mezzo di pandemia tutti noi ne abbiamo visto diversi esempi: basti pensare a tutte le schede informative che, testualmente e tramite immagini, ci hanno presentato il contenuto dei diversi DPCM, spiegandoci cosa potessimo o non potessimo fare.¹⁸

Il recupero, la riscoperta e l’utilizzo di un linguaggio naturale, un’alternativa fatta con l’aiuto di immagini che collocano il legal design nell’ambito dei linguaggi e delle forme espressive del diritto. E come già molte volte sottolineato l’obiettivo è quello di facilitare la comunicazione degli aspetti giuridici, rendere più agile l’accessibilità alla giustizia ai cittadini tutti. Fenomeno sostanzialmente nuovo, il legal design incide in svariati modi la modalità di progettare e professare il diritto. L’aspetto più evidente è quello di utilizzare modalità comunicative differenti dai solo tradizionali testi scritti.

Ovviamente sono da evitare facili entusiasmi o scetticismi. Lavorare sulla costruzione di un linguaggio diverso da quello che abitualmente si usa per comunicare è un’operazione di enorme complessità e che, per essere intesa appieno, deve inserirsi nel panorama più ampio dei mutamenti in corso sia nell’ambito della giurisprudenza sia nel dibattito sulle acquisizioni della teoria degli atti linguistici (*speech acts*).

¹⁸ *Il Legal Design per rendere l’informazione legale più fruibile*, in <https://servicematica.com/il-legal-design-per-rendere-linformazione-legale-piu-fruibile/> (consultato il 20.05.2022).

2. Il processo del legal design

2.1 Le fasi del processo

Snellire il linguaggio giuridico: questo è uno degli obiettivi del legal design. Il che non equivale semplicemente a tradurlo, ma piuttosto a presentarlo in modo più “strategico”, arrivare alla maggior chiarezza e al maggior ordine possibile. In una parola, renderlo efficace.

È chiaro che una qualsiasi pronuncia è costruita sul lavoro dei legali e sulle loro argomentazioni. Da ciò ne viene che l'affiancare, soprattutto su aspetti di una certa importanza, un legal designer con le sue specificità di *Information Design*, diventa una raccomandazione difficilmente eludibile.

Tutti i processi di legal design devono avere un kpi¹⁹ chiaro: il risparmio di tempo è uno dei principali; ma ce ne sono molti altri associati al proprio brand. Il processo di design. Come ho indicato in precedenza, il processo può essere più semplice o più strutturato a seconda delle diverse metodologie applicabili che devono rispondere a obiettivi, strategia, disponibilità, aspettative e risultato desiderato.

Di seguito, condivido con te un processo standard che ho creato e che può essere adattato a diversi obiettivi.

- Dobbiamo partire dal feedback del cliente finale per identificare i problemi o i punti di miglioramento della comunicazione legale.*
- È necessario fornire una leadership operativa al team proveniente dallo studio legale. È importante che tutti sappiano qual è il loro ruolo e che abbiano la capacità di accettare (senza che la loro autorità venga messa in discussione in seguito) tutte le pietre miliari e i deliverables necessari per raggiungere il risultato finale.*
- Da questo feedback è necessario co-progettare con le risorse coinvolte nello studio legale un documento di variabili e dataset che permetta di capire quali dati vogliamo mettere in relazione o collegare, ad esempio, in modo da migliorare la comprensione del documento. A questo punto, occorre tener presente che il Legal Designer sarà in grado di guidarvi e di darvi delle idee; ma il proprio feedback e quello del cliente sono la chiave per affrontare con successo il processo.*

¹⁹ Il KPI (acronimo di Key Performance Indicator) è un valore misurabile che dimostra l'efficacia con cui un'azienda sta raggiungendo gli obiettivi aziendali principali. Possono essere usati non solo come uno strumento di controllo delle performance, ma anche come uno strumento di pianificazione che aiuta a programmare le attività future in un'ottica di miglioramento. Sono definiti in vari modi a seconda del modello di business adottato.

- *A questo lavoro ne segue un altro che consiste nel progettare i Mockup²⁰, sempre tenendo conto dei punti precedenti: chi è il cliente finale, quali sono le variabili che aggiungono valore o risolvono i problemi già rilevati in fase iniziale e come strutturare l'output finale in modo efficiente. Occorre tenere presente che un Mockup può essere creato con carta e matita o con programmi personalizzati disponibili sul mercato, come Balsamiq. Questa fase non richiede dettagli di design, colori o estetica. Si tratta di fissare la struttura che costituirà in seguito le fondamenta dell'output finale. L'importante è che in questa fase si possano correggere gli errori – a basso costo – e che non si trascinino in fasi successive in cui i cambiamenti possono costringere a ripartire da zero. È molto importante che questa parte possa essere seguita e accompagnata da un feedback da parte delle persone coinvolte nel tuo studio.*
- *Fornire un feedback sull'output finale per correggere gli ultimi dettagli.*
- *Se il cliente finale (il destinatario del modello) non è stato in grado di partecipare durante lo sviluppo, è importante che si possa raccogliere il suo feedback in fasi successive. In breve, si tratta di un processo interattivo che richiede un feedback costante e tempestivo per consentire di adattare le nuove versioni.²¹*

Analizziamo quali sono gli “attrezzi di lavoro” di cui dispone il legal designer per capire di quale corredo esso disponga e di quali competenze debba dotarsi nello svolgere il suo compito in svariate situazioni e ambienti.

Sono molteplici gli strumenti che il Legal Designer utilizza nello svolgimento della sua mansione per meglio identificare problemi e relative soluzioni. Un esempio è la journey map, che descrive in maniera sintetica e visuale l'esperienza di un utente nell'iterazione con un servizio legale o la sua esperienza nell'usare un documento legale.

Un altro strumento sono le personas, ossia profili di utenti che presentano le stesse caratteristiche (le stesse necessità, gli stessi problemi). Caratteristiche che sono emerse nel corso di una ricerca sul campo, ad esempio intervistando gli utenti.²²

Altro passaggio importante racchiude le modalità di analisi dei risultati.

The only way to answer these questions is to use a spectrum of methodological tools to develop a reliable and informative evidence base about the efficacy of these interventions. As has been noted by scholars, “program evaluation is not some dreary laboratory-type of

²⁰ Un mockup è una realizzazione a scopo illustrativo o meramente espositivo di un oggetto o un sistema, senza le complete funzioni dell'originale, dunque, non è altro che un modello di quello che sarà il nuovo progetto o prodotto, ma differisce dal prototipo perché di natura palesemente fittizia.

²¹ TRONO G., *Il legal design, spiegato*, in <https://www.giorgiotrono.it/legal-design-definizione/> (consultato il 22.05.2022).

²² *Ibidem*.

*research; it is research involving real people, real programs, and real life experiences". It can focus on the program or product from a process perspective as well as an evaluation of outcomes.*²³

2.2 La centralità dell'utente

La professione e il ruolo dei legali sono mutati e quindi appaiono diversi nei confronti di quelli di qualche anno fa. Il loro obiettivo, ovvero quello del vincere le cause patrocinata, si è arricchito di ulteriori aspetti, come l'anticipare situazioni di crisi e prevenire aspetti che sono da evitare se non si vuole incorrere in ulteriori problemi che possono incontrarsi sia nella giustizia del nostro paese che in quella di altri. Devono quindi trovare nuove formule di comunicazione incentrate sull'ideazione di strategie. Si potrebbe dire "venderle", appunto, cambiandone la comunicazione stessa.

*Legal Design is a new-ish application of a concept that has been around for decades: user- (or human-) centred design, or "design thinking". Dating back to the 1960s, human-centred design grew out of the work of Nobel Prize laureate Herbert Simon. In his classic book, *The Sciences of the Artificial* published in 1996, Simon defined 'design' as "changing existing circumstances into preferred ones". He noted the importance of rapid prototyping and user testing of products, systems, and ideas, establishing the foundation of what is known as today's design thinking process.*

*Over decades, engineers, scientists, and indeed, designers have advanced innovative ways of understanding and addressing problems using design-thinking methodology. The insight of putting user-engagement at the centre of the development process in order to see problems from a different perspective resulted in the expansive and empathetic development of solutions to a variety of complex problems.*²⁴

Dobbiamo rilevare che anche il cliente ha assunto nuove, diverse connotazioni in moltissimi aspetti. Grazie alla rete vi è accesso a un'informazione più ampia che gli permette indagini, confronti, una maggiore comprensione, anche se non sempre in modo chiaro, ma talvolta confuso. Da qui capiamo il motivo per cui l'utente si allontana, rifiutando il linguaggio troppo tecnico, non ama la sua difficile comprensibilità e non accetta semplici traduzioni che non gli permettano di comprendere. Quindi non un interprete che si limiti a tradurre i linguaggi tecnici dei professionisti, ma colui che vuole entrare, il più possibile, e avvicinarsi alla risoluzione dei problemi.

²³ DUCATO R., STROWEL A., *Legal Design Perspectives. Theoretical and practical insights from the field*, Ledizioni, 2021.

²⁴ *Ibidem*.

The classic design thinking process involves a series of steps, calculated to provide a framework for the development of innovative solutions. Typically, the process begins with a thoughtful and expansive definition of the problem. Once the problem or issue is identified, end-users and other stakeholders brainstorm a range of possible solutions. The idea at this point is to think as expansively and creatively as possible. Then prototypes of the range of solutions are developed and tested.

Legal Design emerged as a way of re-thinking law-related problems and corresponding solutions. Legal design thinking allows for the questioning of assumptions and long-established processes, putting the ultimate user of the product or the system at the centre. Legal designers' work embraces the radical notion that the legal system ought to work for its users.²⁵

Ecco che il legal designer trova la strada per agevolare lo studio legale a produrre, per il suo assistito, un'esperienza più articolata, più nuova, fatta di fiducia reciproca e incentrata nel rimuovere quelle barriere che molte volte hanno ostacolato una chiara comprensione.

Quindi un passaggio dai primi due stadi del processo della *User Journey* alla *User Experience*, sempre con l'attenzione rivolta al destinatario del prodotto giuridico, il soggetto che ne sta al centro. Arrivare al concetto di *Minimum Viable Product* (MVP) proprio dell'ambito dei software e cambiare il tradizionale mindset, il tutto per una semplificazione degli aspetti legali, senza venir meno alla precisione e al rigore tipico dell'analisi giuridica. Ponderare, scegliere i concetti chiave che agevolino l'utente verso una fattibile comprensione e, quindi, fruizione del testo.

Per tale ragione, il legal design si colloca pienamente in un nuovo fiorire di forme espressive e linguaggi del diritto che torna a concepire il destinatario della legge come elemento centrale e imprescindibile della comunicazione/produzione legislativa, favorendo l'accessibilità e la trasparenza dei documenti legali delle imprese e delle istituzioni.²⁶

Sono i reali bisogni del destinatario, dell'elaborazione delle informazioni e il suo stare necessariamente al centro di queste, i punti cardinali del legal design. Si deve sempre avere chiaro che l'utente vuole risposte chiare alle sue domande o, meglio, il trovare le opportune soluzioni ai suoi problemi.

È preliminare capire che il cambio di passo è intervenuto con lo Human-centered Design (HCD): tale termine indica l'approccio progettuale comunemente usato nel design, per mezzo

²⁵ *Ibidem.*

²⁶ PLACCHI A., *Legal design: la nuova frontiera del diritto "user-friendly"*, in <https://www.4clegal.com/hot-topic/legal-design-nuova-frontiera-diritto-user-friendly> (consultato il 23.05.2022).

del quale si sviluppano i processi in grado di adattare un prodotto, qualsiasi funzione esso abbia, alle esigenze e gli interessi del suo fruitore, perché tale prodotto sia agevolmente utilizzabile, comprensibile ed il più possibile customizzato. La branca del design antropocentrico che è stata adattata al mondo legale è appunto nota come Legal Design.²⁷

Bisogna innanzitutto uscire dall'idea, quasi un luogo comune, che il design riguardi solamente l'aspetto esteriore di oggetti, dei mobili, delle cose in genere. Certamente l'aspetto estetico è uno dei cardini ma sono altri i centri di indagine. Sarà utile vedere che la parola design derivi dall'italiano "disegno" e, questo, non è solo rappresentazione grafica, ma è progettazione, obiettivi e piano di sviluppo. Quindi design è, soprattutto, l'attività del progettare, progettare la costruzione e le finalità di un prodotto.

Il punto di partenza del progettare e, quindi, del relativo design, sono le reali esigenze delle persone e dell'utenza. Lo *Human Centered Design*, da tradursi nell'efficace assioma Design Antropocentrico, è una lezione che ha preso piede negli Stati Uniti e si sta sviluppando a livello globale.

Donald Norman, autore de *La caffettiera del masochista*, afferma che lo *human centered design* è "il processo per far sì che un prodotto soddisfi i bisogni della gente, sia comprensibile ed usabile, realizzi i compiti voluti e offra un'esperienza d'uso positiva e gradevole"²⁸. Quindi cercare di trovare soluzioni ai problemi e che queste soluzioni siano efficaci nei confronti delle esigenze dell'uomo e delle sue competenze. Applicare l'approccio *human centered* agli ambiti del diritto è lo spirito del legal design.

Ideare, progettare, organizzare servizi e sistemi legali muovendosi dai reali bisogni dell'utenza.

Modulare la comunicazione in base a questi aspetti, rendere l'informazione chiara e accessibile, permette di generare fiducia nel destinatario, che è la base di qualsiasi relazione umana, anche professionale.²⁹

Essere human-centered diviene un imperativo per il legal design.

Come per le aziende oggi il dogma delle strategie di marketing, e non solo, è mettere il cliente al centro, così per l'ambito legale oggi il dogma è: il diritto deve essere orientato all'utente. Il legal design si inserisce nell'ambito delle tecnologie legal tech. Fa parte cioè di quelle

²⁷ GENUARDI C., *Legal design thinking e legal design: chi è e cosa fa il Legal Designer*, in <https://www.legaltechitalia.eu/legal-design-thinking/> (consultato il 27.05.2022).

²⁸ NORMAN D., *La caffettiera del masochista*, Giunti, 2019.

²⁹ *Il Legal Design per rendere l'informazione legale più fruibile*, in <https://servicematica.com/il-legal-design-per-rendere-linformazione-legale-piu-fruibile/> (consultato il 27.05.2022).

*innovazioni che cercano di rendere il lavoro dei giuristi più veloce e produttivo. Se abbiamo il Marketing 4.0, non c'è motivo per cui non dobbiamo avere anche l'avvocato 4.0.*³⁰

Quindi una fase di intervista dell'utente diventa il punto fondamentale di partenza. Capire chi esso sia, quale il suo grado culturale e le sue capacità nel comprendere, quali i suoi codici/registri di espressione e quali le sue attitudini. Capire le reali problematiche che lo caratterizzano e quali siano le attese e i risultati a cui vuole arrivare e tracciare, individuare, assieme a lui, punti nodali e costruire un percorso che sia compreso appieno, senza che rimangano dei punti oscuri o questioni inutili da rimuovere. Un percorso che porti il nostro cliente a un'empatia professionale dove non si senta relegato a un ruolo passivo ma si renda di essere partecipe al percorso verso i risultati da raggiungere.

La grafica, e la trasformazione in essa dei concetti da esplicitare, aiuta moltissimo ad agevolare il confronto tra il fornitore e il cliente, questo soprattutto quando il rapporto si incentra su norme ed eventuali accordi. Aiuta a costruire un più fattivo rapporto di fiducia e, quindi, di collaborazione.

Stefania Passera fa notare che sono in ben pochi a leggere le clausole di un contratto proposto in modalità digitale e che questo succede non per un'eccessiva difficoltà nella lettura, ma per una progettazione errata del lay out.

*In effetti è umanamente impossibile filtrare in modo efficiente le regole che un fornitore di servizi impone per poter usare ad esempio un'app. Si accetta tutto con una sorta di fatalistica disperazione. «Il contact design serve a rendere chiare informazioni altrimenti inaccessibili, non solo incomprensibili». È la nuova frontiera della giurisprudenza: farsi capire da tutti in modo chiaro.*³¹

Molto esplicativo in questa direzione il seguente chiarimento.

Per darci un ulteriore esempio: oggi tutti noi utilizziamo telefoni che sono di un'incredibile complessità; ecco perché i grandi protagonisti della scena tecnologica investono tanto sulla progettazione di dispositivi sempre più facili da utilizzare, persino capaci di capire quello che gli chiediamo con la voce. Perché la parola d'ordine è semplificare. Proprio per questo, migliorare l'esperienza utente, vuol sempre dire migliorare la nostra reputazione, il grado di

³⁰ VERCELLOTTI A., *Legal design: cos'è? per chi è?*, in <https://legalfordigital.it/azienda/legal-design-cosa-e/> (consultato il 27.05.2022).

³¹ MASSONI E., *Il Legal Design aiuta i cittadini a capire leggi e regole. E dovrebbe essere un diritto, soprattutto nelle emergenze*, in <https://www.designatlarge.it/legal-design-cos-e/> (consultato il 21.05.2022).

fedeltà dell'utente stesso e la sua capacità di diventare un buon veicolo promozionale per noi e i nostri servizi.³²

2.3 Il design thinking

Come già detto si potrebbe essere portati erroneamente a pensare che il legal design si limiti a un semplice uso iconografico per “aggiustare” un testo di carattere giuridico. Abbiamo già visto di come alla base di questo metodo, o forse sarebbe meglio chiamarla disciplina, sia fondamentale una vera e propria progettazione estremamente più complessa, costruita sul *design thinking*.

Lawyers' main misconception about design is that it is about making something look prettier, sharper, better. Most people reduce design to aesthetics, like font choice, color, or PowerPoint slide templates. It's about superficial appearance, how something looks. Appearance is certainly a major factor in the design of a thing, but it is not all of what design has to offer — and it is certainly not the heart of what design is.

Design is about making things that are intuitive, engaging, valuable, and beloved to the people that use them.

More expansively, design is an approach to problem-solving. It is a process that we can use to spark innovations. Design — particularly 'human-centered design' — focuses on spotting its target audiences' deep-seated and compelling needs, in order to craft interventions that will improve these people's experience and deliver them value. It focuses on 'user experience', and how to compose visuals, products, services, and systems that will deliver this excellently. It centers on the end users of the problem area, and embraces an experimental, action-oriented, iterative approach to generating several possible solutions for a problem, testing them, and then scaling up the successful ones to larger implementations.

Just like you can 'think like a lawyer', you can 'think like a designer'.³³

Questo, applicato agli aspetti legali, diviene il *legal design thinking*, un metodo per progettare il diritto partendo dall'analisi delle problematiche del cliente, del suo ambiente/contesto, delle sue aspettative. Sviluppare risposte adeguate che siano veramente fruibili, sia nella semplificazione delle complessità che dei tecnicismi, e, conseguentemente, nella comprensione. Un lavoro che muove da articolate complessità di analisi ed elaborazione per ottenere formulazioni lineari, efficacemente utili, comprensibilmente chiare.

³² *Il Legal Design spiegato agli avvocati (ma non solo)*, in <https://www.ldezign.it/legal-design-per-avvocati-e-professionisti/> (consultato il 22.05.2022).

³³ *Cfr.* <https://lawbydesign.co>

Il design thinking si sviluppa in più fasi:

- *enfaticizzare: è l'analisi del soggetto su cui va "cucita" la soluzione giuridica più appropriata*
- *definire: identificare il problema da risolvere spacchettando i "perché" per giungere al nocciolo della questione*
- *ideare: è il brainstorming di partenza in cui si mettono in tavola tutte le idee elaborate*
- *prototipare: è la "messa a terra" dell'idea che parte da una fase di visualizzazione del "prodotto" per poi passare alla fase della progettazione vera e propria; è qui che entra in gioco anche la tecnica del graphic design, che grazie all'uso di immagini, icone, colori, mappe e strumenti interattivi guida il fruitore della comunicazione alla sua comprensione*
- *testare: validare il "prodotto" ricercando il feedback del cliente, delle collaboratrici e collaboratori.³⁴*

Si è inoltre rilevato che:

Il legal design parte dal presupposto che, nel mondo moderno, ogni studente, tra le sue competenze dovrebbe acquisire quella del cosiddetto design thinking, una metodologia capace di creare risposte innovative a esigenze e problemi concreti.³⁵

Sempre nell'ambito del legal design thinking è fondamentale sottolineare quanto qui sotto riportato:

Innanzitutto, va precisato che i processi di legal design non seguono passaggi rigidi e standardizzati, il processo assomiglia più ad un ciclo in continua evoluzione, all'interno del quale ciascun soggetto può sperimentare fino a trovare la soluzione che ritiene più adatta alle necessità cui deve dare risposta. La fase di progettazione, dunque, può assumere le forme variegata e risultati personalizzati, ciò nonostante, il metodo che sta alla base e che lega tutti questi diversi approcci è di carattere generale e si compone di cinque passaggi, semplici ma fondamentali che ogni legal designer dovrebbe osservare.³⁶

³⁴ PLACCHI A., *Legal design: la nuova frontiera del diritto "user-friendly"*, in <https://www.4clegal.com/hot-topic/legal-design-nuova-frontiera-diritto-user-friendly> (consultato il 23.05.2022).

³⁵ *Legal design, il diritto chiaro e semplice*, in <https://www.studiocataldi.it/articoli/34842-legal-design-il-diritto-chiaro-e-semplce.asp> (consultato il 27.05.2022).

³⁶ APARO C., *Legal Design - I processi per gli avvocati*, in <https://www.legaltechitalia.eu/processi-di-legal-design/> (consultato il 27.05.2022).

Il Design Thinking è una vera e propria mentalità che porta i professionisti, non solo del campo giuridico ma anche di altre molteplici attività, a un costante stimolo di innovazione attraverso nuove competenze, metodologie, strumenti. Stimola a produrre, a modellare contenuti personalizzati sulle necessità dell'utenza. Efficacia ed efficienza per essere vicini al cliente, avvicinarsi a esso nel comunicare giuridico per diminuire, e se possibile annullare, le distanze tra avvocato e suo patrocinato. Questo aumenta il rapporto di fiducia, la comprensione dello sviluppo del lavoro/servizio, la fidelizzazione.

Il legal design è una disciplina che arriva dal Nord Europa e il cui compito è rendere accessibile "the rule of law":

- *semplificare il modo stesso di pensare è sicuramente il punto di partenza: vale a dire nel momento in cui si sviluppa una normativa, farlo pensando all'interlocutore a cui è destinata*
- *predisposizione alla chiarezza*
- *attitudine all'approccio win-win*
- *empatia o quanto meno comprensione*
- *colmare il gap fra l'utente, parte debole, ed il detentore della disciplina legale³⁷*

Sono molteplici le aree di interesse del design che vengono applicate al legal. Eccone alcune ad esempio.

Il Visual Design utilizzato nel mondo legal è incentrato su strumenti visivi/grafici con lo scopo che le informazioni legali, siano essi pareri, giudizi o contratti, arrivino all'utenza in modo più agevole. Presentare il contenuto, visualizzarlo non solo da un'angolazione esclusivamente estetica, è il piano dell'indagine del design che si prefigge come scopi l'efficacia e la fruibilità del servizio.

Altra sfera di indagine del design è il Product Design, che si rivolge al metodo attraverso il quale i designer vanno a implementare strumenti e tools in grado di seguire e agevolare gli aspetti relativi agli interessi del cliente, portare a conclusione una semplice task o trovare soluzioni risolvendo gli eventuali problemi giuridici. Ad esempio, per quanto riguarda le start-up in campo legal, l'ideare e attivare un'app o un sito web che possano risolvere problematiche "legali", oppure che vadano a coprire lacune, o arrivino più direttamente a convincere gli utenti della qualità del prodotto, alla validità del suo acquisto e dell'utilità del servirsene.

³⁷ VERCELLOTTI A., *Legal design: cos'è? per chi è?*, in <https://legalfordigital.it/azienda/legal-design-cosa-e/> (consultato il 27.05.2022).

Altro esempio è il Service Design, un vero tracciato che sia di guida all'utente, il tutto fin dalla presentazione delle problematiche e fino alla soluzione finale, dall'esposizione del problema alla sua risoluzione.

L'Organization Design vuole sviluppare le strategie di coworking e delle fasi di collaborazione. Arrivare a costituire dei team, nel nostro caso di avvocati, con l'obiettivo di risultati via via migliori. Fondamentale è il ripensare alle caratteristiche e ai ruoli del personale, agli spazi, ai compensi, ridisegnando quella che possiamo chiamare la cultura aziendale.

Il System Design è l'architettura stessa che coordina l'offerta e quali siano le caratteristiche dei servizi/prodotti, le interazioni analizzate in una chiave il più possibile efficace e capaci di aumentarne il valore. Il tutto all'interno della vasta gamma di prodotti, servizi, comunicazioni e interazioni di questo ampio sistema.

3. Principi di brevità e sinteticità, chiarezza e trasparenza, comprensibilità e ordine

3.1 Le normative per una maggior chiarezza

È nel 1965 che Italo Calvino scrive un illuminante articolo sulle pagine de *Il giorno*, quotidiano milanese. Calvino parla di un fenomeno che chiama *antilingua*, ovvero quel gergo burocratico, molte volte incomprensibilmente compiaciuto, utilizzato da anni negli apparati statali e, in genere, dalla Pubblica Amministrazione.

Probabilmente Calvino, in virtù del suo articolo, diviene promotore di un inizio di cambiamento, di un inizio di semplificazione del linguaggio dei codici. Cambiamento che possiamo identificare come ampiamente positivo e, ovviamente, ancora in via di perfezionamento ma sicuramente apprezzabile. Purtroppo, in Italia ci sono ambiti in cui questo percorso non ha ancora avuto un sensibile avvio. Sono quelli amministrativi, legali, contrattuali dove vi è apprezzato restare ancorati ai tradizionali antichi stilemi.

Una delle abilità dei legali diventa proprio quella di sapersi adattare a nuove e diverse prassi di comunicazione. Sono, ad esempio, internet e i social network a esigere questi cambiamenti. Diventa necessario adattarsi a nuove modalità di espressione, che risultino vicine alla contemporaneità di questi nuovi mezzi e, di conseguenza, diminuire l'asimmetria di bagaglio informativo con l'interlocutore.

Stesso discorso per colui che opera in campi amministrativi. È in questi campi che per primi si sono sanciti i bisogni/principi di sinteticità applicati e sviluppati attraverso i percorsi telematici. I provvedimenti amministrativi, materia del diritto amministrativo, dovrebbero avere l'obbligo di essere chiari e di facile comprensione per i destinatari. In caso contrario il rischio è quello dell'inefficacia e della mancata utilità dei provvedimenti stessi.

Guido Canale³⁸ denuncia, per quanto attiene la giustizia civile, una gravissima situazione di crisi che allo stato delle cose appare difficilmente reversibile. Dichiara infatti che gli atti processuali vengono generalmente visti come poco efficaci per la loro prolissità e per l'uso di tecnicismi oscuri ai non addetti ai lavori. Sono soprattutto poco efficaci fino a pregiudicare, in modo sensibile, la gestione delle limitate risorse messe a disposizione. Questa prolissità e questa oscurità possono essere dannose nei confronti dei "litiganti diligenti" e dei giudici stessi che, talvolta, a causa di questo, vengono distolti da un giusto esame delle controversie alle quali sono chiamati per il giudizio.

Ecco che l'invito a una maggior sinteticità e a una maggior chiarezza degli atti di parte diviene una vera e propria esortazione all'efficienza. Risulta evidente che quando gli atti sono chiari e sintetici il processo risulta più efficiente. Sono concetti che non sempre è facile

³⁸ Cfr. CANALE G., *La violazione del dovere di sinteticità e chiarezza: abuso del processo?*, in *Rivista trimestrale di diritto e procedura civile*, 2018, 3, pag. 1025 (anche in Banca dati DeJure).

inquadrate con concrete prescrizioni, ma che vanno considerati come obiettivi da raggiungere nell'esigenza di essere il più possibile chiari e sintetici.

È il Consiglio di Stato, sez. VI, con ordinanza del 13 aprile 2021, n. 3006³⁹, che ribadisce la fondamentale brevità degli atti processuali. Si prescrive l'evitare di ostacolare gli atti stessi con enunciazioni confuse e ridondanti richiamando al concetto di sinteticità. Sinteticità che diviene regola da seguire nei processi amministrativi e regola che coinvolge anche il giudice (articolo 3 del c.p.a.). Principio, questo, strettamente correlato alla realizzazione del c.d. "giusto processo", anche in relazione alla sua ragionevole durata (articolo 111 della Costituzione).

I principi di sinteticità e chiarezza possono considerarsi quale espressione dell'obbligo di collaborazione tra le parti e il giudice che, come noto, ai sensi dell'art. 2, comma 2, c.p.a., "cooperano per la realizzazione della ragionevole durata del processo".⁴⁰

Sempre in relazione alla sinteticità e chiarezza è importante vedere anche quanto viene richiesto in materia di privacy rispetto al consenso dei dati personali (v. *infra*, § 3.2). L'obiettivo evidente è quello di una maggior cognizione di quanto l'utenza va a sottoscrivere e di quanto non ha sottoscritto.

Risulta, perciò, che il Legal Design sia una materia che ha come obiettivo di rendere chiaro, corretto ed efficace l'affrontare la lettura di un testo di materia sia legale che commerciale. I mezzi per questo non sono solamente di carattere testuale, ma anche para-testuale, come quelli della *information visualization* per arrivare a non compromettere le libertà decisionali dell'utenza.

L'analisi si può spostare nell'ambiente internet. Internet, infatti, può rivelarsi un luogo estremamente "pericoloso", dove il pericolo è rappresentato dalla sempre più frequente presenza dei *dark pattern*, vere e proprie trappole mediatiche utilizzate da molte compagnie. Il dark pattern spinge a sottoscrivere, con inviti di manipolazione psicologica, proposte fortemente sfavorevoli all'utente/cliente. Ci troviamo di fronte a casi di fortissima asimmetria informativa. Purtroppo, allo stato attuale, non esistono norme specifiche di tutela della materia ed ecco che la chiarezza del Legal Design è esplicitamente mirata all'appiattimento di questa asimmetria. Il Legal Design si pone a tutela dei consumatori offrendo una mediazione mirata alla trasparenza e a un più consapevole utilizzo del web e dei servizi in esso proposti. Parola d'ordine: *comprendere il reale significato delle informazioni*.⁴¹

³⁹ In banca dati Foro It. (<https://www.foroplus.it/visualizza.php?pag=2&ndoc=2518530G&sha1=17283f50fe725dcee8681fe6a5eb54901224b80c&ur=MT10MzA3MA==>).

⁴⁰ NUNZIATA M., *La sinteticità degli atti processuali di parte nel processo amministrativo: fra valore retorico e regola processuale*, in *Diritto processuale amministrativo*, 2015, 4, pag. 1327 (anche in Banca dati DeJure).

⁴¹ *Ibidem*.

Il mondo di oggi si caratterizza per un continuo stato di cambiamento sempre più veloce. Il bisogno di regole è accompagnato da un nuovo bisogno di regolatori. Figure che sappiano inseguire i cambiamenti, guidando e spiegando, in modo chiaro, all'utenza quali siano e quali sono le loro caratteristiche. Mettere in posizione centrale il pubblico e le sue esigenze perché possa saper valutare e scegliere in modo responsabile. Responsabilità di quanto sottoscritto e del quale possono essere, conseguentemente, tenuti a rispondere.⁴²

3.2 Legal design e privacy

Sono John Austin⁴³ e John Searl⁴⁴ a insistere sulla consapevolezza dei linguaggi. Affermano che, ovviamente, ci si può esprimere con le parole ma che, in altri casi, l'espressione attraverso l'utilizzo di immagini si può configurare come maggiormente efficace e anche di valido aiuto nei confronti della chiarezza e della comprensione.

Ne risulta necessaria una piena consapevolezza dei linguaggi e delle loro metodologie per arrivare ad una visione "umanocentrica", ovvero il porre l'utenza al centro della progettazione e della presentazione dei servizi per rendergli l'esperienza più agile. Conoscere, quindi, quando il linguaggio naturale è il più efficace e quando altri linguaggi, a esempio quello delle icone, possono essere d'aiuto.

Per esempio, ci si può chiedere quale sia il valore e il messaggio che trasmette la pubblicazione di un libro in formato cartaceo, e costituito da ampie parti testuali, per parlare della necessità di superare il linguaggio naturale. Apparentemente è un paradosso o una contraddizione in termini, ma, se si ragiona sul fatto che da qualche anno (dal 2016) il discorso del legal design ha avuto anche in Italia uno sviluppo molto ampio e magmatico e che la caratteristica di un volume "tradizionale" è quello di costringere, prima gli autori e poi i lettori, a fare il punto della situazione, si può allora rivalutare anche la modalità tradizionale di comunicazione in quanto capace di interagire in modo proficuo con una realtà in rapido cambiamento, realtà che potrà avere uno slancio ulteriore, proprio a partire da quel punto fatto in modo tradizionale.

Si potrebbe dire che anche questa è un'esemplificazione della difficoltà, delle molte facce e del bello del multilinguismo.⁴⁵

⁴² Cfr. PIZZETTI F., *Pandemia, Immuni e app di tracciamento tra GDPR ed evoluzione del ruolo dei Garanti* (Editoriale), in *MediaLaws - Rivista di Diritto dei Media*, 2020, 2, pagg. 11-33 (medialaws.eu).

⁴³ AUSTIN J. L., *How to do things with words*, Oxford University Press, 1962.

⁴⁴ SEARLE J. R., *Speech acts*, Cambridge University Press, 1969.

⁴⁵ SANTUSUOSSO A., *Legal design, il diritto attraverso le immagini: cos'è e le abilità richieste*, in <https://www.agendadigitale.eu/documenti/legal-design-il-diritto-attraverso-le-immagini/> (consultato il 28.05.2022).

Viene affermato che i principi del legal design siano già insiti sia nella cultura della giurisprudenza italiana, ad esempio nell'ambito dell'informativa sulla privacy, muovendo da quanto viene richiesto dall'articolo 12 del GDPR, e, in modo più ampio, in quella dell'Europa stessa. Sono gli articoli 13 e 14 e le comunicazioni degli articoli 15, 22, 34 che esplicitamente richiedono chiarezza, semplicità, efficacia. Ritengo veramente molto importante sottolineare come questo obiettivo di maggior consapevolezza sia destinato, e fortemente richiesto, quando tra i soggetti vi sia un minore. Questo è quanto si evince all'articolo 8 del GDPR che si rivolge esplicitamente ad aspetti relativi a servizi/offerte rivolti a questi.⁴⁶

Umanocentrico è uno dei concetti raccomandati nel Regolamento UE 679/2016, noto anche come "GDPR", nel quale si definisce che l'utente va coinvolto in modo diretto sin dall'inizio del procedimento, dalla sua progettazione. Trasparenza e controllo di quello a cui si va elaborando, evitando di cadere in prevedibili frustrazioni frutto del suo sentirsi inadeguato o, peggio, del rendersi conto di essere incapace di capire.

Per Margaret Hagan, ispiratrice del Legal Design Lab della Stanford Law School di emanazione della Stanford University, infatti, il primo aspetto da considerare nella progettazione di un prodotto, servizio o messaggio (ad esempio, nel caso di documenti, procedure, informative, soprattutto se pubblicate sul web) è il destinatario del prodotto o servizio studiato, sulla cui capacità di comprendere il messaggio, anche "giuridico", si deve basare l'architettura complessiva del progetto.⁴⁷

Il pensiero di Hagan, docente presso la Stanford University in California, ha avuto ad esempio una forte influenza sul CCPA (California Consumer Privacy Act), testo legislativo mirato a garantire un agevole esercizio dei diritti dei consumatori, e questo attraverso l'uso del legal design.

Tornando agli aspetti relativi al GDPR, un valido esempio di come un documento può essere migliorato attraverso il contributo del legal design è quello legato all'informativa sulla privacy. Questo documento si pone l'obiettivo di ridurre la disomogeneità tra le parti. Molte volte, l'assistito, trovandosi di fronte a pagine fitte di parole scritte con caratteri piccoli, infarcite di tecnicismi, viene fortemente scoraggiato dal leggerle, con il risultato di non venire a conoscere come saranno utilizzati tutta la serie dei suoi dati a cui rischia di dare un inconsapevole approvazione al loro utilizzo.

Per limitare questi rischi, pare opportuno utilizzare alcune tecniche, come ad esempio l'utilizzo di caratteri differenziati e una più accattivante impaginazione, che attragga maggiormente alla lettura.

⁴⁶ Cfr. AULINO L., *Consenso al trattamento dei dati e carenza di consapevolezza: il legal design come un rimedio ex ante*, in *Il diritto dell'informazione e dell'informatica*, 2020, 2, pag. 303 (anche in Banca dati DeJure).

⁴⁷ *Il caso Immuni e l'importanza delle legal design per veicolare il giusto messaggio*, in <https://dirittoaldigitale.com/2020/06/08/immuni-legal-design/> (consultato il 28.05.2022).

A questo punto è d'obbligo il porsi la domanda se le tabelle, le immagini e le infografiche possano avere pieno valore legale come tradizionalmente lo hanno le parole e la scrittura. A questo proposito è lo stesso Garante della privacy ad aver lanciato un interessantissimo contest relativo al proporre la richiesta di soluzioni per informazioni tramite il web. Chiarezza a partire dal titolo: *Informative privacy più chiare grazie a simboli e icone? È possibile.*⁴⁸

Risulta chiaro l'intento del Garante di arrivare a informative che abbiano veramente lo scopo di informare. Informazioni non sempre accessibili per la loro lunghezza, per la loro complessità e, quindi, non idonee a soddisfare la loro funzione fondamentale. Si torna al concetto di aiutare l'utenza a esprimere in modo libero e consapevole il suo consenso all'utilizzo dei dati personali. Il contest si rivolge a chiunque ma, in special modo, invita addetti ai lavori, avvocati, designer, studenti universitari a far pervenire simboli e icone che possano rappresentare quanto richiesto dagli articoli 13 e 14 del Regolamento europeo.

L'uso di un linguaggio chiaro, più facilmente comprensibile e, di conseguenza, più efficace può essere quindi agevolato con utilizzo di icone grafiche che pongano in forte rilievo i punti chiave dell'informativa e degli eventuali moduli di consenso, in modo da focalizzare l'attenzione dell'utenza, utenza che arriva a una risposta di maggior consapevolezza di quanto gli viene chiesto, del perché gli viene chiesto e, quindi, per cosa ha dato il consenso all'utilizzo finale dei dati forniti. Ciò vale soprattutto per coloro che non hanno una preparazione nell'ambito giuridico e che favoriscono un rapporto tra i soggetti interessati, basato su trasparenza, certezza e sensibile correttezza degli impegni da assumere. Questo anche, e ancora di più, per ciò che attiene all'eventuale uso di dati ai quali l'utente non ha sottoscritto nessun consenso.⁴⁹

È nell'articolo 12 del Regolamento generale sulla protezione dei dati, riguardante le informazioni, comunicazioni e modalità trasparenti per l'esercizio dei diritti dell'interessato, e nei successivi 13 e 14, che troviamo l'esplicito invito a produrre informazioni attraverso la combinazione di icone standardizzate.

*Le informazioni da fornire agli interessati a norma degli articoli 13 e 14 possono essere fornite in combinazione con icone standardizzate per dare, in modo facilmente visibile, intelligibile e chiaramente leggibile, un quadro d'insieme del trattamento previsto. Se presentate elettronicamente, le icone sono leggibili da dispositivo automatico.*⁵⁰

⁴⁸ Cfr. *Contest del GDPR: nuove soluzioni per proporre informative privacy online alla portata di tutti*, in <https://www.dimt.it/news/contest-del-gdpd-per-studiare-nuove-soluzioni-per-proporre-informative-privacy-online-alla-portata-di-tutti/> (consultato il 28.05.2022).

⁴⁹ Cfr. AULINO L., *Consenso al trattamento dei dati e carenza di consapevolezza: il legal design come un rimedio ex ante*, in *Il diritto dell'informazione e dell'informatica*, 2020, 2, pag. 303 (anche in Banca dati DeJure).

⁵⁰ Art. 12 - *Informazioni, comunicazioni e modalità trasparenti per l'esercizio dei diritti dell'interessato*, Regolamento del parlamento e del consiglio 27 aprile 2016 n. 679, in *Gazzetta Uff.* 04/05/2016 n. 119 (anche in Banca dati DeJure).

Anche le icone giocano un ruolo molto importante che potrebbe essere esteso al campo della tutela della privacy. Le icone hanno una funzione molto diretta nel focalizzare l'attenzione e, quindi, di esprimere in modo diretto i contenuti. L'esempio potrebbe essere preso nell'ambito dei documenti informativi precontrattuali, in materia dei prodotti assicurativi/vita. Ogni sezione viene evidenziata da un'icona che precede la parte testuale, icona che avrà il compito di esplicitare, ovviamente in modo diretto e di semplice accesso, il contenuto del testo scritto. Sono nove i punti che esprimono le modalità da seguire, ad esempio, come esplicitato al primo punto, in cui si richiede che in testa alle informazioni sui principali rischi assicurativi sia posta l'icona di un ombrello, di colore bianco su fondo verde o verde su fondo bianco. O al punto quarto dove l'indicazione cita in testa alle informazioni sull'ambito geografico della copertura assicurativa figura l'icona di un mappamondo, di colore bianco su fondo azzurro o azzurro su fondo bianco. Si prescrive, inoltre, nell'allegato 1 che ogni icona deve essere raffigurata seguendo uno schema/formato standardizzato.⁵¹

Come già detto l'informativa sulla privacy ha l'obiettivo di ridurre le differenze del patrimonio informativo che riscontriamo nelle due parti coinvolte, titolare e interessato. Certamente il primo è più ricco di informazioni e conoscenze tecniche nei confronti del secondo, conoscenze sull'utilizzo che verrà fatto dei dati. L'informativa si pone l'obiettivo di "aiutare" il più "debole" a poter capire, attraverso tutte le informazioni utili, mettendolo nelle condizioni di poter arrivare a una scelta consapevole al consenso dell'utilizzo dei suoi dati.

La figura che ne nasce è quella che si ispira all'*Homo economicus*, una figura di utente che possa arrivare a decisioni ispirate a una piena razionalità, a ottimizzare in modo efficace i suoi interessi attraverso le informazioni che ha ricevuto e compreso.

Si vuole cercare di risolvere il problema che molte analisi in materia di privacy hanno evidenziato, ovvero che quasi sempre le decisioni prese dal pubblico non sono frutto di ponderate riflessioni razionali ma condizionate da emozioni, impulsi, pregiudizi. Questo porta a compiere scelte di cui non si conoscono le chiare potenzialità, reali convenienze o eventuali fastidi. Si vuole cercare di risolvere il problema caratterizzato dal fatto che sono ben pochi coloro che leggono le informative sulla privacy e coloro che le affrontano le trovano troppo complesse e difficilmente comprensibili. Il risultato è ambiziosamente valido: una piena consapevolezza di ciò che si va a sottoscrivere.

È il CNIL, l'Autorità Garante della protezione dei dati francese, che parla di una necessaria *compliance* (conformità) nella quale deve entrare il designer per costruire l'ambiente, sia esso digitale o non, nel quale le persone sono chiamate a scelte guidate da una consapevole informazione in materia di dati e del loro trattamento.⁵² È un metodo eterogeneo, multidisciplinare al quale sono chiamate le autorità varie per un controllo sulla reale corrispondenza dei requisiti e delle caratteristiche indicate all'interno della normativa.

⁵¹ Art. 14 – Impiego di icone, Provvedimento del 2 agosto 2018 n. 41, in *Gazzetta Uff.* 19/09/2018 n. 218 (anche in Banca dati DeJure).

⁵² Cfr. CIURLI L., *La condanna francese a Google per il Gdpr: le conseguenze su trasparenza e compliance*, in <https://www.agendadigitale.eu/sicurezza/privacy/la-condanna-francese-a-google-e-il-senso-vero-del-gdpr-le-conseguenze-su-trasparenza-e-compliance/> (consultato il 16.06.2022).

Anche il porre e rispondere a domande di ordine pratico diviene cosa imprescindibile. È facilmente consultabile un'informativa compilata in corpo 8 letta solo da un cellulare? La classificazione degli spazi e il loro utilizzo è stato progettato in modo che siano facilmente utilizzabili? Questi sono esempi che hanno lo scopo di evitare, quindi, estemporanee soluzioni frutto di improvvisazione casuale e seguire un piano di sviluppo metodico, frutto di seria analisi. Analisi caratterizzata da attenzione ai tempi in cui viene esibita l'informativa, i canali della sua diffusione, i modi in cui viene presentata, l'eventuale opzione di esprimere e come esprimere i consensi.

Cercare di risolvere il problema del perché quasi nessuno legge l'informativa sulla privacy costringe ad affrontare con una chiara definizione gli aspetti che lo producono. Migliorare la presentazione stessa dell'informativa passa un percorso di analisi della sua lunghezza, della sua leggibilità attraverso le dimensioni del layout, del registro linguistico, della sua complicazione attraverso l'utilizzo di tecnicismi, del timing e molto altro. Da questo individuare le difficoltà arriviamo a definire, incorniciare le componenti essenziali individuabili in tre famiglie fondamentali: il linguaggio, il layout, il timing.

Un singolo problema di design è un insieme di molti sottoproblemi. Ognuno di essi può essere risolto in modo da ottenere un campo di soluzioni accettabili.⁵³

Fondamentale è l'accordare le possibili soluzioni individuate e collocate all'interno dei singoli aspetti/problemi. Attraverso questo confronto, infatti, possiamo notare che le singole soluzioni, anche se ottimali, non sono sempre in grado di adattarsi tra loro. Può essere che il layout dell'informativa che risulta efficace in determinate situazioni non sia valido in relazione a "momenti sbagliati" dell'accesso al sito web. Il legal designer deve preoccuparsi di coordinare nel loro complesso le soluzioni dei molti aspetti analizzati.

L'obiettivo finale è quello comune a tutti coloro che si occupano di progettare la comunicazione di un'informazione:

1. catturare l'attenzione, ossia convincere la persona che ha di fronte l'informazione che questa informazione è degna di attenzione.

2. una volta catturata l'attenzione, comunicare a questa persona una informazione che sia comprensibile e utile a soddisfare un suo bisogno.

Prima di pensare a una qualunque soluzione è indispensabile una fase di ricerca: bisogna raccogliere e analizzare i dati che possono essere utili alla risoluzione del problema.

È in questa fase che vanno verificati alcuni aspetti:

⁵³ ARCHER B., *Metodo sistematico per progettisti*, Marsilio, 1967.

- quali sono i vincoli normativi
- se qualcuno ha già proposto una soluzione al nostro stesso problema
- se esistono soluzioni e/o studi relativi ad altri campi del sapere (come le scienze cognitive e comportamentali) che possono comunque tornare utili.⁵⁴

È sempre l'avvocato Giorgio Trono che elenca tutta una serie di vincoli normativi che devono esser utili a una soluzione organica, e non ex tempore, dei problemi.

Nel suo manifesto sulla Privacy by design, Anne Covoukian fissa un settimo principio: "Respect for User Privacy - Keep it User-Centric", che sviluppa così: "Above all, Privacy by Design requires architects and operators to keep the interests of the individual uppermost by offering such measures as strong privacy defaults, appropriate notice, and empowering user-friendly options. Keep it user-centric."

Un concetto poi trasfuso nel GDPR: l'art. 25 è appunto dedicato alla "Protezione dei dati fin dalla progettazione..."

Il considerando 78 prevede che "Il titolare del trattamento dovrebbe ... attuare misure che soddisfino in particolare i principi della protezione dei dati fin dalla progettazione ... tali misure potrebbero consistere, tra l'altro, ... nell'offrire trasparenza per quanto riguarda le funzioni e il trattamento di dati personali ...".⁵⁵

3.3 Altri campi di applicazione

Si può affermare che nel cercare di annullare le distanze tra le leggi, gli operatori che in essa si muovono e gli utilizzatori finali, sono moltissimi gli ambiti di applicazione del legal design. Quindi non solo a livello legislativo (abbandono del legalese), nelle aule di tribunale (organizzazioni di fascicoli e procedure lavorative più snelle), negli studi legali (a partire da strategie di marketing per sensibilizzare l'utenza). Così si nota di come in Italia abbia già riscontro in numerosi campi di applicazione.

Da sottolineare, quindi, che il legal design non solo ha trovato diffusione in campo legale ma, anche, comincia a essere utilizzato in molteplici applicazioni. Questo a partire logicamente dal piano della produzione normativa, forse l'aspetto più complesso e intricato nella sua elaborazione. Per poi proseguire sul piano amministrativo pensando, a esempio, di quanta semplificazione avrebbe bisogno l'amministrazione italiana, che molte volte risulta attratta da stilemi bizantineggianti. Terzo aspetto: il legal design dovrebbe essere luogo di

⁵⁴ TRONO G., *Sul design dell'informativa privacy*, in <https://www.giorgiotrono.it/design-informativa-privacy/> (consultato il 27.05.2022).

⁵⁵ *Ibidem*.

incontro di tutti coloro che sono coinvolti nell'ambito giudiziario e si inter-relazionano in esso. Infatti, può accadere che l'interpretazione di una norma che possa risultare oscura sia ancora più caotica della norma stessa. Altri ambiti di applicazione del legal design sono quelli della didattica e della formazione. Scuole di ogni ordine e livello, università e accademie hanno l'obbligo di formare professionisti efficaci nel trasferire conoscenze, idee a coloro che a loro si rivolgono.

Per poi ritornare nel campo dei giuristi in genere, ovviamente con una diretta attenzione agli avvocati, è da sottolineare che la professione stessa dell'avvocato che ha assunto significative differenze e grandi mutazioni. Il legale non ha più l'esclusivo obiettivo di vincere le cause. Deve trovare gli elementi di problematicità per anticipare soluzioni che possano evitare che l'assistito resti soffocato nelle maglie della giustizia. Per ottenere questo deve rivedere le modalità della sua comunicazione, il panorama delle sue strategie e la sua capacità di promozione. Tutto questo fa del legal design un bisogno che in Italia è sempre più sentito.

Principio fondamentale, imprescindibile sancisce a grandi lettere che la legge debba essere uguale per tutti, ma questo, purtroppo, non vuol dire per scontato che tutti la possano comprendere, ovvero che sia chiara a tutti i cittadini. Si deve rilevare e sottolineare che contratti, norme, atti e gli altri documenti legali sono troppe volte di difficilissima comprensione, soprattutto a colori che non sono abituali operatori nell'ambito del diritto e, talvolta, anche per gli stessi operatori.

È il principio fondamentale, principio imprescindibile, che sancisce a grandi lettere che la legge debba essere uguale per tutti. Ma questo, purtroppo, non vuol dire per scontato che tutti la possano comprendere, ovvero che sia chiara a tutti i cittadini. Si deve rilevare e sottolineare che contratti, norme, atti e gli altri documenti legali sono troppe volte di difficilissima comprensione, soprattutto a colori che non sono abituali operatori nell'ambito del diritto e, talvolta, anche per gli stessi operatori.

Questo ha mosso a chiarire che l'agevolare la comprensione porta a un adeguamento di compenso degli stessi avvocati. Infatti

vale la pena ricordare il Decreto n.37 dell'8 marzo 2018, che ha modificato il D.M. 55/2014 relativo alla determinazione dei parametri per la liquidazione dei compensi degli avvocati. All'art. 1, comma 1-bis, il decreto contempla un aumento dei compensi dell'avvocato nel caso in cui "gli atti depositati con modalità telematiche sono redatti con tecniche informatiche idonee ad agevolarne la consultazione, la fruizione e, in particolare, quando esse consentono la ricerca testuale all'interno dell'atto e dei documenti allegati, nonché la navigazione all'interno dell'atto".

In sostanza, ciò che viene chiesto e premiato è proprio di facilitare l'esperienza d'uso da parte del Giudice che deve visionare gli atti.

Come si può intuire, la maggiore fruibilità non passa per una semplificazione del lessico - trattandosi di un destinatario con competenze tecniche - ma attraverso tutti quegli espedienti

*che possono velocizzare, alleggerire, rendere più immediata la lettura: dai link ipertestuali alle tabelle fino ad elementi grafici più elaborati.*⁵⁶

Come già detto, anche nella materia che attiene al diritto assicurativo si è arrivati a una sensibilità che vuole portare ad arrivare a informazioni più semplici e chiare. Infatti, con l'introduzione della Direttiva IDD, la normativa che attiene alla informativa precontrattuale ha subito significativi cambiamenti. Infatti, si è imposto alle compagnie d'assicurazione di dare le informazioni fondamentali alla stipula dei contratti con modalità semplificate, più chiare e accessibili agli utilizzatori finali.

Anche nell'ambito della sanità, in relazione all'ideazione dell'applicazione *Immuni* e al conseguente accesissimo dibattito, si è data grande rilevanza alla necessità di un corretto approccio al legal design. Infatti, fra le icone utilizzate nell'App Immuni – l'applicazione per la telefonia mobile voluta dal nostro Governo per contrastare i contagi del Covid-19 – forti contestazioni si sono elevate a causa dell'immagine stereotipata e obsoleta data alla famiglia. Si sono registrate moltissime polemiche all'interno dei social network soprattutto nei confronti dell'immagine che attribuiva alla donna il solito ruolo, stereotipato, di mamma, di casalinga che riporta a stilemi superati, antichi, basati sul luogo comune, di una società "vecchio stampo" e sessista. Polemiche che hanno costretto gli ideatori dell'app a modificare, quanto prima, nella direzione delle volontà sostenute dal pubblico del web.

*Il caso Immuni dimostra quanto sia importante la scelta della grafica per veicolare messaggi e contenuti digitali, soprattutto se con le immagini si vuole trasmettere un messaggio alla comunità. Immuni, infatti, è una app di proiezione collettiva che sarà in grado di dare i risultati sperati solo se tutti decideranno di condividerne lo scopo. Proprio per tale ragione, l'app deve essere pensata per rivolgersi in maniera intuitiva, facilmente fruibile ed inclusiva all'intera comunità, composta da diverse sfumature e sfaccettature. Basta un'immagine mal concepita, dunque, per trasmettere un messaggio diverso o addirittura opposto da quello che l'app aveva lo scopo di veicolare nella realtà, creando un effetto boomerang. Pertanto, ogni dettaglio deve essere studiato con cura, inclusi testo e immagini che possono fare la differenza e segnare il successo – o decretare la rovina – dell'app.*⁵⁷

Altro ambito di applicazione, ogni giorno sotto gli occhi di tutti, ed estremamente esemplificativo dell'efficacia del legal design, è quello della segnaletica stradale che il codice della strada prevede.

⁵⁶ *Il Legal Design per rendere l'informazione legale più fruibile*, in <https://servicematica.com/il-legal-design-per-rendere-linformazione-legale-piu-fruibile/> (consultato il 27.05.2022).

⁵⁷ *Il caso Immuni e l'importanza delle legal design per veicolare il giusto messaggio*, in <https://dirittoaldigitale.com/2020/06/08/immuni-legal-design/> (consultato il 29.05.2022).

*Un segnale univoco, sintetico, immediato, facilmente leggibile e visibile veicola un precetto legale ben preciso.*⁵⁸

Da sottolineare anche l'importantissima caratteristica dei segnali stradali di rivolgersi a pubblici molto eterogenei con provenienze diverse, non solo sotto il profilo sociale ma anche culturale, linguistico di origine geografica. I segnali stradali, infatti, si rivolgono a persone che provengono dalle più disparate zone del mondo e hanno il fondamentale obiettivo di essere chiare a tutti. Se così non fosse, la strada diventerebbe uno dei posti più pericolosi, se non il più pericoloso, del mondo. È facile immaginare a quale grandissima confusione si verrebbe a generare. Questo con la gravissima conseguenza di provocare continui incidenti. Quindi devono rispondere alla necessità di veicolare un precetto ben preciso, imprescindibilmente e immediatamente chiaro.

⁵⁸ ZUANON S., *Legal Design*, in <https://www.studiarediritto.it/legal-design/> (consultato il 29.05.2022).

4. Cambiamenti e riflessioni

4.1 Il nuovo ruolo dell'avvocato

In questi anni il ruolo dell'avvocato ha assunto in molti ambiti una sempre maggior importanza. Fra questi vi è quello di acquisire un ruolo di "consulente" anche al fine di prevenire eventuali contese giudiziarie. Di qui la crescente importanza, per gli studi legali, di implementare forme sempre più efficienti di legal design nella comunicazione da essi messa in atto.

Il design offre una metodologia per trasformare il settore legale, in modo da renderlo più in linea con i suoi utenti e per creare nuove e ambiziose opportunità su come i servizi legali possono essere forniti. Un approccio "da designer" ai servizi legali pone le persone e il loro contesto al centro dell'attenzione, si interroga su come migliorare il loro status quo e considera il potenziale della tecnologia come un intervento.

Approcciarsi al Legal Design, e quindi instaurare una collaborazione tra legal designer e studio legale, porta quindi una serie di vantaggi che rendono la comunicazione dell'attività legale più chiara e trasparente.

Partire da una progettazione dei canali digitali, ormai imprescindibili, che presentino il proprio studio legale, in modo chiaro, "umano" e professionale.⁵⁹

Si potrebbe essere portati a pensare che il legal design possa inficiare la competenza professionale di taluni avvocati. In realtà esso deve essere inquadrato come un'opportunità, uno stimolo di sviluppo commerciale. Sarebbe pertanto sbagliato credere che l'abbandono del "complicato gergare" abbia come conseguenza la perdita del prestigio professionale degli avvocati. Al contrario, l'utilizzo di un linguaggio chiaro, diretto e semplice si trasforma in un valore aggiunto.

Compito del Legal Design è quindi quello di creare nuove competenze all'interno dello studio legale/azienda, nuovi processi di comunicazione e vendita dei servizi legali, ma anche di posizionamento dei professionisti. Il tutto attraverso un processo di semplificazione da non confondersi mai con la banalizzazione.⁶⁰

⁵⁹ PETROMILLI A., *Legal Design: cos'è e perché utilizzarlo*, in <https://www.hinto.com/it/blog/legal-design-cose-e-perche-utilizzarlo> (consultato il 03.06.2022).

⁶⁰ *Il Legal Design spiegato agli avvocati (ma non solo)*, in <https://www.ldezign.it/legal-design-per-avvocati-e-professionisti/> (consultato il 03.06.2022).

Come già accennato, molte sono le figure appartenenti al mondo del diritto che si trovano a essere coinvolte nello sviluppo del legal design. Legislatori, operatori delle aule dei tribunali, professionisti legali, sono tutti soggetti che dovrebbero acquisire un approccio positivo nei confronti del legal design.

In riferimento al legislatore, ad esempio, spesso le leggi sono viste come degli ostacoli a causa della loro complessità. Sarebbe dunque necessario che il legislatore stesso le concepisca e le rediga in modo facilmente comprensibile, così da porsi come supporto e come stimolo ad una maggiore partecipazione della società civile.

Tornando ora sul tema degli avvocati, come già anticipato, il legal design invita il professionista ad essere anche un consulente di business, con competenze necessarie ad intervenire in modo appropriato, negli aspetti contrattuali che coinvolgono gli imprenditori, ma anche ad avere le competenze necessarie per entrare nel business del web. Possiamo constatare quindi come le opportunità professionali siano implementate, ma per sfruttarle è richiesto un approccio comunicativo più attuale nei confronti dell'utenza, oramai portatrice di nuove e diverse aspettative. Si può pensare al legal design come una cassetta degli attrezzi, ma con nuovi strumenti.

Il legal designer cerca di sensibilizzare la comunicazione legale migliorando la trasmissione dei singoli contenuti e servizi, in modo che l'accesso a questi sia facilitato e quindi che il coinvolgimento sia più vivo e partecipe. Questo è ciò che viene definito un approccio *user-friendly*. La clientela non riveste più un ruolo di oggetto passivo, ma diviene soggetto che partecipa attivamente a tracciare il segno del progetto legale stesso.

Durante tutto il processo il designer deve adottare una mentalità che lo porti a considerare prioritario il punto di vista delle persone (gli stakeholders, come ho scritto prima), ad essere pragmatico, a collaborare con chi ha competenze diverse. Ad allargare lo sguardo, in poche parole. Questo è probabilmente l'aspetto più complicato del legal design per i giuristi in generale e gli avvocati in particolare: abituati a fare le cose sempre in un certo modo, a dire (quasi sempre) no, a fare discorsi astratti, a lavorare in solitaria.⁶¹

4.2 Pro e contro

Quando uno studio legale si rivolge ad un legal designer per prima cosa si domanda quali siano le modifiche da apportare al proprio studio per ottenere un maggior successo, ma anche quali potrebbero essere i rischi se l'operazione si rivelasse controproducente. Sono le tipiche domande che si pone chi si appresta a dei cambiamenti, in qualsiasi campo. In parole povere, cosa bisogna fare e quale potrebbe essere l'esito.

⁶¹ TRONO G., *Il legal design, spiegato*, in <https://www.giorgiotrono.it/legal-design-definizione/> (consultato il 03.06.2022).

La vera questione, però, sta nel capire se si vuole davvero avvalersi del legal design al fine di rendere più comprensibile la comunicazione. Diventa quindi doveroso fare un'approfondita analisi delle caratteristiche del legal design e di quali siano i margini concreti di applicazione nei confronti dello studio legale. Un'indagine, dunque, su quali siano i reali valori nella relazione con il cliente, quale il loro peso economico e, in caso di una trasmissione legale non adeguata, quali potrebbero essere le eventuali perdite.

Anche se è vero che la metodologia (tattica) può cambiare, questi strumenti hanno un denominatore comune: condividono una vocazione di carattere Legal Human Centric o un approccio Legal Customer Centric. Così oggi questo nuovo spazio risponde alla domanda: perché tradurre il Diritto in un nuovo linguaggio giuridico-umano? Quindi, come direbbe Simon Sinek, "comincia dal perché". Il mio consiglio, quindi, è di iniziare a farsi certe domande, come: perché comprendere? Perché innovare? Con che fine collegare? Perché immaginare? Con che fine comunicare? ecc. E porsi alcune domande che suggeriscano risposte sul perché si dovrebbe usare il Legal Design nel proprio studio legale.⁶²

Identificare i quesiti chiave è fondamentale per scegliere le strategie da applicare, ma altrettanto importante è anche inquadrare colui che dovrà comprendere i messaggi di un legale. Anche se ci si dovesse confrontare con un giudice, sarebbe bene chiedersi se il bagaglio linguistico da giurista sia il giusto registro da utilizzare, se la reputazione dello studio legale passi davvero attraverso quell'assoluta precisione tecnica che lo identifica e contraddistingue, o se invece sia meglio "reinventarsi" semplificando il modus operandi e utilizzando nuovi termini.

Giudici e avvocati sono una componente importante, ma non esaustiva delle figure alle quali si rivolge uno studio. Continuare ad utilizzare un linguaggio accessibile solo a questi soggetti impedisce di analizzare le relazioni umane al di fuori dell'ambito tecnico e le dinamiche che ne fanno parte. È perciò necessario permettere la comprensione da parte di tutte le figure con cui ci si trova ad interagire.

La comunicazione legale è lo specchio che riflette lo studio legale. Quello che sto per dire succede davvero: quando si comunica con uno qualsiasi dei destinatari di cui sopra, si genera uno stimolo che non è neutro, che innesca un'emozione (sicurezza, incertezza, fiducia, forza, angoscia) che a sua volta scatena un'azione (compro o non compro il servizio o: mi ha convinto oppure no). È importante tenere presente che un lavoro specifico fatto per raggiungere un determinato target di solito non serve a soddisfare le esigenze di un altro target. La forma e il contenuto della comunicazione legale è diversa se ci si rivolge al general counsel invece che a un giudice.⁶³

⁶² *Ibidem.*

⁶³ *Ibidem.*

Un altro aspetto da non sottovalutare è l'atteggiamento mentale degli avvocati. È normale che l'approccio di un *legal counsel* sia sostanzialmente differente da quello di un tradizionale studio legale, magari con anni di consuetudine, magari foriera di solidi risultati. Uno degli obiettivi è cambiare il proprio "mindset", arrivare ad una nuova spontaneità, che sarà sicuramente apprezzata. Infatti, sempre più spesso capita di imbattersi in un pubblico che si aspetta una dose di freschezza, magari accompagnata da un'inedita, anche se calcolata, audacia.

*Oggi il Legal Design è ancora considerato un servizio premium per clienti premium. Domani sarà standard. Ovviamente, se si ritiene di essere uno studio standard senza clienti premium, forse oggi non si sente bisogno di applicare il Legal Design. Ma bisogna essere consapevoli che quando vediamo una crisalide non riusciamo a vedere la farfalla. Dobbiamo mettere in discussione le idee. E come dice Paul Gauguin: è importante chiudere gli occhi per poter vedere. Almeno, aggiungo io, prima che lo faccia il tuo competitor.*⁶⁴

4.3 Testimonianze

Credo che, per quanto riguarda un aspetto conclusivo di questa analisi, sia importante riportare quanto mi è stato detto, sottolineando anche quale sia stata la mia esperienza, nell'approccio con i professionisti contattati. Attraverso delle conoscenze dirette, ma anche indirette, ho visto che non sempre è stato facile convincere certi avvocati a parlare di legal design.

In generale posso affermare che coloro che appartenevano alla fascia d'età dai cinquant'anni in su non hanno offerto una sensibile collaborazione. Buona parte di essi non aveva mai sentito parlare di legal design, non sapeva cosa fosse o a cosa si ispirasse. L'altra parte dimostrava invece di averne una conoscenza molto vaga e superficiale. Soprattutto si dimostrava restia a parlare di un qualcosa di nuovo che veniva visto non come un'opportunità ma come una complicazione inutile, o quasi, al loro operare. Le loro risposte restavano vaghe e dimostravano un certo imbarazzo nell'avventurarsi in un ambito che non faceva parte del loro bagaglio professionale.

Altri avvocati hanno dimostrato un forte fastidio nei confronti del fenomeno del legal design. Primo perché si avventuravano in un terreno poco conosciuto e preferivano trincerarsi dietro la loro decennale esperienza. Primo perché si muovevano in un terreno poco conosciuto e preferivano trincerarsi dietro la loro decennale esperienza, esperienza che comunque aveva dato i suoi frutti positivi e che ritenevano, quindi, più che esaustiva e da non modificare. In secondo luogo, ho notato, in maniera più o meno esplicita, il sentirsi offesi all'idea che qualcuno mettesse in dubbio la loro non piena chiarezza in ambito professionale. Vedevano il legal design come una banale semplificazione del loro operare. Questo anche a parziale

⁶⁴ <https://www.agendadigitale.eu>, *Svolta legal design, ecco il tool kit per gli studi di avvocati*

conferma di quanto esponevo a proposito della difficoltà nell'abbandonare le tradizionali consuetudini, l'uso di tecnicismi e di un gergo accademico poco comprensibile, talvolta unito all'abitudine di rifugiarsi in labirinti legali. Insomma, il non curarsi di arrivare al piano comunicativo che il proprio assistito possiede, usa e capisce. Se, invece, la fascia d'età degli intervistati scendeva il legal design era oggetto di una maggior conoscenza e, anche, di interesse.

Una buona disponibilità a collaborare mi è stata accordata da alcune professioniste, due in particolare di cui voglio riportare ciò che mi è sembrato maggiormente interessante e degno di essere sottolineato.

La prima è Claudia Morelli, giornalista professionista che da oltre vent'anni si occupa di comunicazione e business development per studi legali e realtà forensi, associative e istituzionali, progettando e gestendo piani di comunicazione legale presso i media, il web e i social. Mi ci sono imbattuta leggendo degli articoli inerenti al legal design sul sito *Altalex.com* nella quale scrive la rubrica settimanale *Avvocatoquattropuntozero* dal 2016, dedicata proprio all'innovazione digitale in ambito legale. Si occupa soprattutto delle nuove tendenze relative alla organizzazione e alla comunicazione digitale, web e social, degli studi legali.

All'inizio della nostra conversazione ha tenuto a precisare che il legal design si fonda principalmente nell'ambito del diritto, che gli aspetti comunicativi sono fondamentali ma che, per prima cosa, è il diritto il topos di questa disciplina. Disciplina che richiede un comunicatore che deve necessariamente essersi formato nell'ambito del diritto oppure un team con vari profili multidisciplinari. Rimane fondamentale la presenza di un avvocato, di un giurista o di un *paralegal*. Questo è necessario per risolvere l'equivoco, troppe volte diffuso, che interpreta il legal design come una modalità di comunicazione più attinente alla materia del marketing degli studi legali.

“Il legal design attiene all'informazione legale, a come viene data un'informazione legale. [...] Dobbiamo cercare di capire qual è il bisogno legale dell'utente per fornirgli la risposta giusta in un linguaggio che può comprendere, e questo è il centro della disciplina della comunicazione.”

Infatti, il processo del legal design si compone di diversi passaggi che attingono a vari strumenti provenienti da marketing, design, comunicazione e informatica, ma il fondamento contenutistico muove da quelli legali e giuridici. Da tenere in grande considerazione che la trasformazione digitale sta facendo emergere nuove necessità di mercato e nuove figure professionali che è probabile debbano avere skills multidisciplinari.

Il legal design potrebbe essere applicato ad un documento cartaceo, ma ora i tools legali sono progettati direttamente per il web. Nel mercato del servizio legale, della *digital*

transformation, del delivery dei servizi legali, queste tecniche sono applicate alla *user experience* per condurre l'utente in un percorso comprensibile.

“Esperienza però ci insegna che c'è tutto il tema grave delle informative privacy, dei cookies o dei termini e condizioni di contratto che anche online sono una causa persa. È da qui che il legal design sul lato digitale spinge perché le aziende che devono garantire una compliance con queste norme di trasparenza, poi siano effettivamente trasparenti.”

La seconda è Barbara de Muro, avvocato esperto di diritto commerciale e societario, che da cinque anni è socia di LCA Studio Legale e che nel 2021 ha scritto, in collaborazione con Marco Imperiale, il manuale *“Legal Design. Come il design può semplificare il diritto”*, uno dei primi testi pubblicati al mondo sull'argomento e che per primo mi è stato di riferimento nella conoscenza di questa disciplina.

De Muro si è inconsapevolmente avvicinata al legal design quando all'università cercava di esprimere le difficili nozioni di giurisprudenza in forma visuale attraverso schemi, mappe, l'utilizzo di colori etc. Successivamente si è resa conto che ai clienti piaceva questo suo modo di esprimere i concetti e ha deciso di approfondirlo e migliorarne le tecniche.

Mette subito in evidenza di come l'approccio al legal design è diverso in base al tipo di giurisdizione e consuetudini di dove viene applicato. Negli USA, ad esempio, c'è più attenzione verso i temi di accesso alla giustizia, rivolgendosi a categorie di popolazione che hanno meno possibilità delle altre. In Italia invece l'attenzione è nelle grandi imprese che si rivolgono al consumatore finale e che, quindi, vogliono dei testi sempre più trasparenti e chiari.

“Questo fa parte dei valori dell'azienda che anche attraverso i suoi scritti vuole rappresentarsi come sempre più vicina al consumatore finale”

Da tener presente che un altro settore in cui è possibile applicare queste tecniche è quello della pubblica amministrazione, in cui l'interlocutore è il cittadino, ovvero una persona chiunque.

Barbara de Muro tiene un corso di legal design all'Università Cattolica del Sacro Cuore in cui ogni anno propone un progetto diverso che permetta di simulare un processo di design thinking. Per prima cosa vengono delineate le personas cercando di renderle il più concrete possibili aggiungendo nome, foto, e delineandone i bisogni, gli hobby e gli interessi. Poi viene confrontata la user journey per capire quali sono i punti di contatto e di divergenza fra l'uno e l'altro. Successivamente si predispongono dei questionari e si decide come intervenire sul testo, quali punti dovranno essere adeguati all'esito di questa procedura di design thinking. Ad esempio, è possibile ci sia una clausola molto importante per il cliente

che sarebbe meglio evidenziare o si scopre che, invece di un tradizionale documento cartaceo, sarebbe meglio sviluppare un'app, un video o anche un fumetto.

“Nei contratti bisogna stare attenti all'immagine in generale. Non è mai a interpretazione univoca, perché non è vero che ci sono dei messaggi universali, nemmeno i colori lo sono. Deve sempre esserci il testo e l'immagine deve fare da supporto in modo che sia più bello e attraente, che mi venga voglia di leggerlo perché è più chiaro, più arioso. Una volta che utilizziamo un'immagine questa diventa parte del nostro testo e viene interpretata al pari della parola. Ci vuole sempre un avvocato proprio per questo, non basterebbe mai un'agenzia di comunicazione. L'avvocato dice se ha tenuta giuridica, se funziona. Senno rischiamo di fare cose stupende e bellissime graficamente ma che non tengono il diritto.”

Conclusioni

Uno degli aspetti più importanti del legal design è sicuramente quello di avvicinare i cittadini al mondo della giurisprudenza, e una maggiore comprensione degli aspetti legali porta a una fiducia che accresce il livello di partecipazione alla vita dello Stato stesso.

Ho sottolineato come più di qualche giurista e intellettuale confermi che attraverso la comprensione e la partecipazione si possa arrivare ad una maggior democraticizzazione. Siamo abituati ai luoghi comuni su giudici, avvocati e operatori giuridici che si trincerano dietro a formule incomprensibili ai “comuni mortali”. Questo porta ad una sfiducia e all’allontanamento dei cittadini da quei luoghi che, invece, dovrebbero essere il centro della tutela dei loro interessi.

Il legal design è una pratica recente nel mondo, e ancor di più in Italia, ma le prospettive di un suo maggior utilizzo sono evidenti e sempre più richieste, anche da quei legislatori che spingono verso la chiarezza, la sinteticità e l’efficacia con lo scopo di arrivare ad avere più consapevolezza civica.

Al giorno d’oggi è fondamentale essere costantemente informati e sapersi porre in modo consapevole ai propri diritti e doveri. Le norme europee si stanno muovendo in questa direzione, imponendo obblighi e requisiti per quanto riguarda la forma in materia contrattuale, ma anche in Italia l’argomento non rimane inosservato. Le leggi infatti richiedono contratti sempre più chiari e semplici ai contraenti forti.

Sono partita citando l’avvocato Azzecca-garbugli dei Promessi Sposi di Alessandro Manzoni, una caricatura che può essere l’esempio di quelle pratiche che devono essere abbandonate. Questo non solo in campo giuridico ma anche, parlando dei più importanti, di quello medico e della didattica, in cui il legal design potrebbe essere utile per trovare nuove strategie di comunicazione più efficaci e comprensibili, che rendano bidirezionali i rapporti tra professionisti e utenza.

È fondamentale eliminare le asimmetrie che costituiscono un ostacolo ai rapporti costruiti su competenze condivise, portando così alla collaborazione tra le parti. Fonte di più probabili successi. Il giurista di oggi deve quindi collaborare con chi è già da tempo abituato ad un approccio human centred come comunicatori e informatici, che attraverso l’utilizzo di immagini, icone e infografiche trasformano il legalese in qualcosa di più utile ed attraente agli occhi dell’utente.

In conclusione, credo che sia interesse della collettività incentivare l’utilizzo delle pratiche di legal design, proprio perché è uno strumento imprescindibile per garantire la tutela dei dati personali, elemento che nell’era digitale diventa essenziale per promuovere lo sviluppo del mercato, ma soprattutto la libertà dell’individuo e la sua partecipazione attiva nella società.

Bibliografia

ARCHER B., *Metodo sistematico per progettisti*, Marsilio, 1967.

AULINO L., *Consenso al trattamento dei dati e carenza di consapevolezza: il legal design come un rimedio ex ante*, in *Il diritto dell'informazione e dell'informatica*, 2020, 2, pag. 303 (anche in Banca dati DeJure).

AUSTIN J. L., *How to do things with words*, Oxford University Press, 1962.

CALAMANDREI P., *Processo e democrazia*, Cedam, 1954.

CANALE G., *La violazione del dovere di sinteticità e chiarezza: abuso del processo?*, in *Rivista trimestrale di diritto e procedura civile*, 2018, 3, pag. 1025 (anche in Banca dati DeJure).

DE MURO B., IMPERIALE M., *Legal Design. Come il design può semplificare il diritto*, Giuffrè, 2021.

DUCATO R., STROWEL A., *Legal Design Perspectives. Theoretical and practical insights from the field*, Ledizioni, 2021.

MANZONI A., *Promessi sposi*, cap. III, 1827.

NORMAN D., *La caffettiera del masochista*, Giunti, 2019.

NUNZIATA M., *La sinteticità degli atti processuali di parte nel processo amministrativo: fra valore retorico e regola processuale*, in *Diritto processuale amministrativo*, 2015, 4, pag. 1327 (anche in Banca dati DeJure).

PIZZETTI F., *Pandemia, Immuni e app di tracciamento tra GDPR ed evoluzione del ruolo dei Garanti (Editoriale)*, in *MediaLaws - Rivista di Diritto dei Media*, 2/2020, pagg. 11-33. (medialaws.eu).

SCIALOJA V., *Diritto pratico e diritto teorico*, in *Rivista del diritto commerciale*, IX, 1911, 1, pagg. 941-948.

SEARLE J. R., *Speech acts*, Cambridge University Press, 1969.

Inoltre, suggerisco la consultazione dei seguenti siti:

<https://www.4clegal.com>

<https://www.agendadigitale.eu>

<https://www.altalex.com>

<https://www.foroplus.it>

<https://www.giorgiotrono.it>

<https://lawbydesign.co>

<https://www.ldezn.it>

<https://legalfordigital.it>

<https://www.legaltechitalia.eu>