

CAPÍTULO II

2. Legal Design e Visual Law: o que são e as etapas de co-criação

2.1 O QUE É O LEGAL DESIGN E O VISUAL LAW?

Antes de descrever o processo de criação do presente conto é importante explicar um pouco mais sobre o Legal Design (LD) e o Visual Law (VL), seara ainda bastante desconhecida entre os juristas.

O desconhecimento dos direitos e em particular dos direitos socioambientais é uma das realidades mais tristes da nossa sociedade e, para a maioria da população, o direito e as leis são um grande mistério cujo conhecedores únicos são os juristas. Por esta razão, é essencial encontrar novos caminhos capazes de aumentar a compreensão do direito, especialmente para aqueles mais vulneráveis e historicamente marginalizados.

LD e VL são dois instrumentos que podem ser usados para trilhar novos rumos e alcançar este objetivo. Eles demonstram como a criatividade pode ser utilizada em favor da elaboração de soluções jurídicas mais claras e adequadas aos destinatários do direito e à sociedade em geral. O LD nasceu

de uma iniciativa da Stanford Law School que juntou as três áreas: o design, a tecnologia e o direito, com o objetivo de simplificar a linguagem jurídica. Conforme define Margaret Hagan, criadora do conceito e autora do livro *Law by Design*⁴ (Hagan, 2021), este instrumento é: “a forma como avaliamos e desenhamos negócios jurídicos de maneira simples, funcional, atrativa e com boa usabilidade.” É uma forma criativa de pensar o direito e fazer com que ele se torne mais atrativo e simplificado para o indivíduo que não faz parte do mundo jurídico. O LD aplica os conceitos de *Design Thinking*⁵, centrado nas pessoas, para tornar os serviços jurídicos mais humanos, utilizáveis e compreensíveis, ao invés de focar nos advogados ou juízes.

Em outras palavras, trabalhar com LD é olhar para as pessoas que precisam usar informações e documentos jurídicos e identificar, por meio da empatia, como o sistema jurídico pode ser mais simples e mais claro a esse destinatário para responder às suas necessidades.

4. <http://www.lawbydesign.co/en/home/>, acesso em: agosto 2024.

5. O *Design Thinking* é uma abordagem que reúne ferramentas, técnicas e conhecimentos mobilizados para fragmentar um problema complexo em etapas e desenhar ideias inovadoras para encaminhar a sua solução. A ideia é que o processo seja realizado de forma coletiva e colaborativa, de modo a reunir o máximo de perspectivas diferentes. Dessa forma, o *Design Thinking* baseia-se na capacidade de sermos intuitivos, reconhecer padrões, desenvolver ideias que tenham um significado emocional além do funcional e expressar-nos em mídias além de palavras ou símbolos (Brown, 2009). O *Design Thinking* está dividido em quatro etapas: imersão (entendimento); ideação (criação); prototipação (teste); desenvolvimento (aplicação).

Enquanto o LD se concentra em mudar maneiras de pensar, preparando profissionais para raciocinar de forma mais criativa, o VL é a manifestação desse pensamento. O VL é a exteriorização do LD e serve para realmente colocar em prática e criar documentos jurídicos com formato não-convençional, mais explicativos e criativos. Para se manifestar, o VL pode utilizar recursos como imagens, ilustrações, vídeos, infográficos, gráficos, timeline, *QR Code*, fluxograma, bullet points, pictogramas, quadrinhos, storytelling, mapas, story mapping, links, música, gameificação, podcast, etc.

Desenvolvidos no mundo da advocacia para ajudar os clientes na compreensão dos processos jurídicos que os afetam, o LD e VL podem ser instrumentos que alcançam também outros objetivos: primeiramente ensinados no contexto acadêmico, podem ajudar na formação de futuros juristas mais criativos e empáticos. Em seguida, podem ser um recurso inovador para ser aplicado no empoderamento daquela parte da sociedade mais vulnerável e que mais encontra obstáculos para fazer valer os próprios direitos. Em terceiro lugar, os resultados criativos do LD e VL podem ser utilizados como meio para retornar à sociedade o conhecimento produzido nas universidades.

Enfim, podem ser usados como meio de descolonização do direito através não só de uma participação de sujeitos fora do direito ocidental, mas também como meio de co-criação de novos conhecimentos que juntam diferentes perspectivas provenientes do que não é reconhecido como direito na sociedade ocidental (como exemplo, as cosmovisões indígenas ou o direito indígena) e historicamente considerado como

inferior ao dogma da “universalização do direito” (Colaço, 2017), como se existisse uma maneira única e ideal do ‘dever ser’ do direito (direito ocidental). Este é um caminho longo para percorrer! Este livro é só o início do percurso.

Aqui o objetivo foi tentar melhorar a democracia ambiental baseada nos seus três pilares fundamentais — acesso à informação, participação e acesso à justiça em matéria ambiental. Empregou-se o LD e VL para empoderar pessoas vulneráveis, que são historicamente silenciadas e marginalizadas — cujo exemplo claro são os povos indígenas — visando apresentar as leis de uma maneira clara e tornar as informações jurídicas mais acessíveis e compreensíveis. Ao mesmo tempo, através da participação e do conhecimento Chiquitano, buscou-se co-criar algo novo, que desse espaço a uma outra maneira de ver o direito.

2.2 ETAPAS DO LEGAL DESIGN E VISUAL LAW

Alguns passos gerais, porém essenciais, para colocar a abordagem do LD em prática através do VL, segundo a nossa interpretação e de como nós o utilizamos.

a) Escolha do destinatário/participante.

Primeiramente, é necessário escolher um destinatário/participante específico do material que será co-criado, não podendo ser a população geral de um Estado, porque dependendo

do destinatário/participante mudarão as necessidades e as soluções que serão criadas. Por exemplo, se o destinatário/participante não fala o idioma oficial do Estado, não será possível produzir um material escrito naquele idioma e será necessário adotar outras soluções, como utilizar o idioma do destinatário/participante ou utilizar imagens no lugar das palavras. Em particular, quando o destinatário/participante é uma população vulnerável são muitas as necessidades que tem que ser tomadas em conta e as dificuldades que tem que ser resolvidas: entre elas, escolaridades, acesso à internet, entrega do material produzido em comunidades geograficamente difíceis de acessar, idioma, cultura.

**b) Estudo sobre as necessidades do destinatário/
participante - Empatia**

O estudo das características e das necessidades é a segunda etapa. Se na primeira etapa foi escolhido, por exemplo, um determinado povo indígena, esse povo não terá as mesmas características (cultura, idioma etc) e necessidades de outro povo indígena. Esta etapa é necessária não só para orientar os pesquisadores do grupo no processo criativo, mas também é fundamental para desenvolver empatia entre os pesquisadores e os destinatários/participantes.

Segundo pesquisas conduzidas por psicólogos, a empatia é inata, como mesmo os bebês mostram⁶. E enquanto

6. <https://www.sciencedaily.com/releases/2019/07/190729111225.htm>, acesso em: agosto 2024.

algumas pessoas são naturalmente mais empáticas do que outras, algumas pesquisas apontam que se uma pessoa está motivada a se tornar mais empático/a, ele/ela provavelmente consegue⁷. Existem muitas maneiras de aumentar a empatia e elas envolvem principalmente a prática de comportamentos sociais positivos, como conhecer os outros, colocar-se em seu lugar e desafiar seus próprios vieses.

No LD e VL, esse processo de desenvolvimento da empatia é visto unilateralmente. A equipe que trabalha no projeto tenta, conhecendo as necessidades do destinatário, concentrar-se empaticamente.

No caso do nosso projeto de pesquisa, o caminho para desenvolver esse sentimento foi além. Não foram somente os pesquisadores universitários que fizeram o esforço de se colocar no lugar do povo Chiquitano. Tentou-se, através dos encontros e reuniões, construir um percurso bilateral em que ambos os lados (pesquisadores universitários e pesquisadores Chiquitanos) pudessem cultivar empatia recíproca.

c) Estudo da questão jurídica

Individuado o destinatário/participante e com o conhecimento detalhado das suas necessidades, nesta terceira fase a pergunta que tem que ser respondida é: qual é o problema que quero resolver? Qual é o problema jurídico que o destinatário/participante tem necessidades de lidar? Qual é o problema que o destinatário/participante manifestou urgência para resolver?

7. <https://psyarxiv.com/es6wm/>, acesso em: agosto 2024.

Individuado o problema jurídico com a ajuda dos destinatários/participantes e detalhadamente analisado, pode-se começar a fase de criação.

D) IDEAÇÃO E CRIAÇÃO DE OPÇÕES

Nesta etapa, os participantes utilizam a criatividade através de duas ferramentas⁸.

A primeira, chamada *Brainstorming* (tempestade de ideias, numa tradução literal), é uma técnica de discussão em grupo que se vale da contribuição espontânea de ideias por parte de todos os participantes, no intuito de conceber ideias criativas. Não se trata de apontar o certo ou o errado, é apenas uma tempestade de ideias que, numa próxima etapa, serão filtradas e refinadas. Cada ideia deve ser colocada em um post-it físico ou virtual⁹. Todas as ideias são bem-vindas e nenhuma é descartada em princípio, uma vez que de uma ideia não realizável pode surgir outra.

A segunda ferramenta é o *Brainstorming* reverso: esta técnica serve para desbloquear mais ideias e maximizar o potencial criativo dos participantes¹⁰. O grupo tem que encontrar todas as ideias ruins com probabilidade de falhar para resolver o desafio, mesmo as ideias mais incoerentes. Uma vez

8. <https://www.legalcreatives.com/>, acesso em: agosto 2024.

9. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/brainstorming>, acesso em: agosto 2024.

10. https://www.mindtools.com/pages/article/newCT_96.htm, acesso em: agosto 2024.

encontradas, cada uma deve aparecer em um post-it e o grupo deve transformar as ideias negativas em positivas com novos post-its.

Em seguida, será o momento de escolher a melhor ideia através de um conjunto de critérios objetivos com o intuito de desenvolver uma possível solução. São listados todos os critérios que podem ser relevantes para resolver este desafio (ex: rápido, econômico, acessível, etc.) e, em seguida, são selecionados os critérios mais relevantes para escolher a ou as ideias mais promissoras entre todas elas¹¹.

No LD, nesta fase de ideação, normalmente não há participação dos destinatários, mas numa versão do LD que vai na direção de uma verdadeira co-criação, eles teriam que aparecer. Como se verá no nosso projeto, essa fase foi realizada principalmente pelos alunos, mas um representante do povo Chiquitano participou, dando retorno sobre as diferentes ideias.

e) Prototipação

Após a ideação e a escolha da ideia mais promissora, há a construção de um protótipo. A partir daí, a ideia pode ser colocada em prática. Não é necessário ter o produto finalizado, afinal essa fase é feita para erros e ajustes necessários. Nesta etapa, o destinatário/participante intervém dando um retorno sobre o protótipo ou os protótipos. No nosso projeto, os Chiquitanos não só deram feedbacks como ajudaram

11. <https://www.legalcreatives.com/>, acesso em: agosto 2024.

na co-criação do conto e colaboraram no ajuste do protótipo do conto, com o objetivo de que ficasse mais fiel à cultura da própria etnia.

Enfim, depois do retorno sobre o protótipo, vem a sua realização e a entrega ao destinatário do produto.