

Ensino de *Legal Design* na Graduação

Teaching Undergraduate Courses Legal Design

PENKAL, Lígia L.¹

FONTANA, Isabela¹

Resumo

O Direito lida com inúmeros problemas, enquanto o Design apresenta diversas metodologias que buscam solucionar problemas: a junção dessas duas áreas resultou no *Legal Design*, para melhor resolver problemas jurídicos, por meio da comunicação visual. Por ser um assunto muito recente (introduzido por Margaret Hagan em 2013, na Universidade de Stanford), ainda não é ensinado nas universidades brasileiras: as discussões sobre *Legal Design* normalmente se dão fora da Academia, em cursos, palestras e workshops, assim não há uma metodologia de ensino voltada para a Graduação, nem uma ementa determinada: sequer há muitas publicações em português sobre *Legal Design*, o que denota como o Brasil ainda não se aprofundou nesta área, mesmo que o estudo do *Legal Design* seja de extrema relevância para o meio acadêmico, tanto para o Design, quanto para o Direito, por ser uma ferramenta inovadora, com muitas possibilidades de aplicações práticas em casos cotidianos. Nesse sentido, a questão de pesquisa escolhida foi: como ensinar *Legal Design* para estudantes no ensino superior brasileiro? (com o intuito de elencar os fundamentos do *Legal Design* para ensinar este conteúdo na Graduação). Para tanto, foi realizada uma revisão bibliográfica assistemática sobre *Legal Design*, *Design Thinking*, *Human Centered Design*, Design Informacional, Design Instrucional, materiais didáticos, entre outros conceitos para definir e correlacioná-los. Após a análise da pesquisa teórica, foi realizada uma pesquisa com professores, estudantes, advogados e profissionais que atuam com *Legal Design*, para melhor auxiliar e aplicar o que foi pesquisado no desenvolvimento de um material didático.

Palavras-chave: *Legal Design*, *Visual Law*, *Design Thinking*.

Abstract

Law deals with numerous problems, while Design presents several methodologies that seek to solve problems: the combination of these two areas resulted in Legal Design, to better solve legal problems, through visual communication. As it is a very recent subject (introduced by Margaret Hagan in 2013 at Stanford University), it is still not taught in Brazilian universities: discussions on Legal Design usually take place outside the Academy, in courses, lectures and workshops, so there is no teaching methodology focused on Undergraduate Studies, nor a specific material: there are not even many publications in Portuguese about Legal Design, which shows how Brazil has not yet delved into this area,

¹ Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR

even though the study of Legal Design is extremely relevant to the academic environment, both for Design and for Law, for being an innovative tool, with many possibilities of practical applications in everyday cases. In this sense, the chosen research question was: how to teach Legal Design to students in Brazilian higher education? (with the aim of developing didactic material on the fundamentals of Legal Design for teach this content in Graduation). Therefore, an unsystematic literature review was carried out on Legal Design, Design Thinking, Human Centered Design, Information Design, Instructional Design, teaching materials, among other concepts to define and correlate them. After analyzing the theoretical research, a survey was carried out with professors, students, lawyers and professionals who work with Legal Design, to better assist and apply what was researched in the development of the didactic material.

Keywords: Legal Design, Visual Law, Design Thinking.

Introdução

O Design tem uma função social, focada na resolução de problemas enfrentados pelo ser-humano, buscando apresentar soluções eficazes para estas situações. Nesse sentido, o Direito traz uma série de desafios para pessoas leigas, enquanto deveria ser de fácil compreensão por todos e não apenas pelos profissionais da área, considerando que todos possuem direitos, mas poucos sabem realmente quais são eles e como usufruí-los.

Profissionais jurídicos desenvolvem uma importante contribuição social para a administração do Direito, ao buscar a aplicação da justiça nos mais diversos casos. Entretanto, não são instruídos a facilitar os processos e melhorar a comunicação com os usuários de serviços jurídicos. Com as inovações tecnológicas e a formação de uma cultura pautada no visual, surge uma demanda por inovação e adequação à um mundo muito mais veloz, passando a ser necessária uma maior eficiência dos operadores do Direito para adaptar-se às mudanças sociais.

Assim, há diversos princípios e técnicas de Design que podem contribuir para melhorar a comunicação no campo do Direito, simplificar e acelerar a compreensão de documentos jurídicos, otimizar fluxos e processos jurisdicionais. Nesse contexto, surge o *Legal Design*, objeto de estudo deste trabalho, um novo ramo resultado da aplicação do Design no Direito, buscando melhorar a comunicação e solucionar problemas jurídicos para seus usuários – sejam profissionais, tais como juízes e advogados, sejam pessoas sem qualquer conhecimento na área, mas que precisam lidar com documentos jurídicos.

Desenvolvimento

Métodos

Para atingir o objetivo de desenvolver um material didático explicativo sobre *Legal Design*, com foco em estudantes brasileiros de ensino superior em Design e Direito, realizou-se uma pesquisa teórica sobre *Legal Design* e sobre materiais didáticos; foram definidos e explicados os conceitos de: *Legal Design*, *Design Thinking*, *Human Centered Design*, Design Colaborativo, Design Instrucional, entre outros; e analisou-se a pesquisa teórica para decidir como melhor aplicar os dados coletados em um material didático.

Iniciou-se a pesquisa com a análise de documentos impressos e digitais em conformidade com a temática proposta, tais como: livros; revistas jurídicas; artigos científicos, entre outros. Foi adotado o método hipotético-dedutivo a partir da revisão bibliográfica, voltada para a coleta de dados. Foram realizadas muitas leituras, reflexões e análises das bibliografias utilizadas, buscando o estudo construtivo e a produção de uma investigação sobre o tema.

O desenvolvimento do projeto do material didático foi por meio do método de *Design Thinking*. Este método possui três etapas não lineares, voltadas para a resolução de problemas: imersão, ideação e prototipação – a explicação de cada etapa será aprofundada nos resultados deste trabalho. Escolheu-se utilizar o *Design Thinking* por ser uma metodologia amplamente aplicada em projetos que buscam inovar.

Origem do Legal Design

O Direito lida com inúmeros problemas, enquanto o Design apresenta diversas metodologias que buscam solucionar problemas: a junção dessas duas áreas resultou no *Legal Design*, que busca resolver problemas jurídicos por meio da comunicação visual. O conceito de *Legal Design* foi introduzido pela primeira vez em 2013, pela professora Margaret Hagan (2016) na Universidade de Stanford, e desde então sua utilização pelo mundo vem crescendo (PROMAD, 2019) – inclusive foi implementado em diversos países, principalmente países nórdicos como a Finlândia e a Noruega (HERTZBERG, 2015).

Nesse sentido, Coelho (2021) destaca o crescimento da influência do Design como método ou ciência para apoiar o processo de inovação jurídica, citando o consórcio *Legal*

Design Alliance, o qual define que se deve aplicar uma abordagem interdisciplinar para aplicar o design centrado no ser-humano para prevenir ou resolver problema jurídicos.

Berger-Wallister, Barton e Haapio (2017), professores de Business Law em universidades norte-americanas, analisam que a revolução digital promoveu um rápido interesse na visualização ao moldar uma cultura pautada no visual, principalmente com o uso de imagens, fotos, ícones, diagramas, vídeos, entre outros como suporte para a linguagem. Considerando que no Direito predomina o uso da palavra escrita, na visão dos estudiosos o apelo às imagens para esclarecer e persuadir parece um ramo a ser explorado na pesquisa e na prática dos profissionais desta área nos próximos anos.

Assim, Berger-Wallister, Barton e Haapio (2017) ressaltam que o *Legal Design* e o *Visual Law* pautam-se no rápido desenvolvimento tecnológico que resultou num grande processamento simultâneo de informações, além de questões psicológicas e filosóficas de como o ser-humano analisa de modos distintos imagens e textos, com diferentes impactos emocionais e sociológicos no processo cognitivo, potencializando vantagens e perigos de utilizar estes recursos na carreira jurídica na era digital.

Portanto, Berger-Wallister, Barton e Haapio (2017) concluem que o *Visual Law* tem sido utilizado de forma híbrida, misturando textos e imagens para promover uma comunicação mais efetiva, principalmente em documentos corporativos, contratos e estatutos. Afirmam que este novo modo de se comunicar é uma tendência, considerando que satisfaz exigências legislativas de maior detalhamento e refinamento nas peças legais.

Justificativas para a aplicação do Legal Design

Mark Szabo (2010), vice-presidente e diretor de gestão da Karo Group no Canadá, explica que ao primeiro olhar a atuação na advocacia não parece um terreno fértil para aplicação do *Design Thinking*, um dos fundamentos do *Legal Design*, mesmo considerando que inovação e pensamentos diferentes do padrão são importantes na profissão. Assim, Szabo (2010) afirma que o Direito é muito mais do que apenas a busca de previsibilidade para solucionar problemas, é também um exercício de persuasão, considerando que o ordenamento jurídico é o resultado do modo de pensar de determinada sociedade.

Nesse sentido, Szabo (2010) ressalta que o profissional do Direito que se preocupa somente com os modos tradicionais de aplicação de ferramentas jurídicas perderá um vital componente, porque a resposta não está sempre no passado: está nas inovações sociais.

Aprender a ser um comunicador persuasivo, utilizar estratégias não apenas de oratória, mas também visuais, vai ao encontro de uma forma simples e eficaz de expressar argumentos, para chegar à conclusão desejada. Um advogado precisa se atualizar quanto às novas leis e também melhorar a prestação de serviços, adaptando-se às novas demandas do mercado. Este seria o fim para profissionais desatualizados (SZABO, 2010).

Foi realizada uma pesquisa pela *Bits Academy* no Brasil (NYBO, 2021, p. 09) para analisar o padrão de leitura de documentos jurídicos pelas pessoas. Os 463 voluntários com ensino superior completo foram divididos em três grupos: um grupo controle com pessoas de diversas profissões, um grupo só de advogados, e um grupo de leigos.

O resultado da pesquisa com os usuários foi de que há uma grande diferença no padrão de leitura em documentos tradicionais e em documentos com *Legal Design*: registraram-se interações com o mouse por meio de mapas de calor na tela (Figura 1), para analisar o padrão de cliques e movimentos realizados pelos voluntários.

Figura 1 – Mapas de calor: documento sem e com *Legal Design*



Fonte: Nybo (2021)

Documentos sem aplicação de *Legal Design* tiveram menos interações com o mouse, concentrando os movimentos apenas na barra de rolagem, enquanto documentos com *Legal Design* tiveram interações muito maiores e parecidas entre os três grupos. Essa maior interação pode estar relacionada ao maior grau de atenção desempenhado durante a leitura (NYBO, 2021). Este é um exemplo prático de como o *Legal Design* pode trazer inclusão social e aumentar o acesso a informações jurídicas para pessoas sem conhecimento prévio sobre os assuntos tratados nos documentos legais.

Resultados

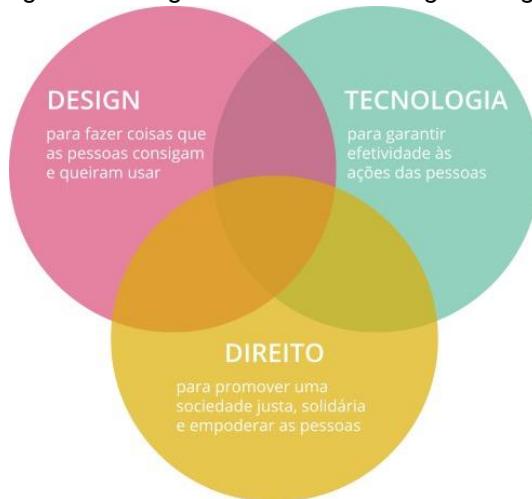
Antes do desenvolvimento do material didático sobre *Legal Design*, foram selecionados alguns conceitos-chave para explicá-los e facilitar a compreensão do assunto: *Legal Design*, *Visual Law*, *Design Thinking*, *User Experience*, *Participatory Design*, *Human Centered Design*, Material Didático, Design Instrucional e Design Informacional.

Legal Design e Visual Law

O conceito de *Legal Design* foi introduzido em 2013, pela professora Margaret Hagan (2016) na Universidade de Stanford, o que resultou na criação do *Legal Design Lab* - maior polo de *Legal Design*, formado por uma equipe multidisciplinar com a proposta de construir uma nova geração de produtos e serviços jurídicos.

Conforme o disposto no Diagrama de Venn abaixo, a pesquisadora elenca três pilares fundamentais para o *Legal Design*: “*Design*” e “*Law*”, ou seja, o Direito e o Design propriamente ditos, mas correlacionados com um terceiro elemento, que é o “*Tech*”, remetendo às influências das novas tecnologias.

Figura 2 – Diagrama de Venn do *Legal Design*



Fonte: Adaptado de Hagan (2016)

Junto com o *Legal Design*, surge também sua subárea: o *Visual Law*, que utiliza elementos visuais e linguagem simples para tornar o Direito mais claro e compreensível para que a informação jurídica seja transformada em algo que qualquer pessoa seja capaz de entender (SERAFINO e CARDOSO, 2021), com o uso de imagens, ícones, infográficos

e outros elementos gráficos, mas sem pensar no processo como um todo e na experiência do usuário (COELHO, 2021, p. 52).

Desta forma, o *Visual Law* consiste em aplicar especificamente o Design Gráfico nos documentos jurídicos, enquanto o *Legal Design* também aplica outras áreas do Design: Design Informacional, *Design Thinking*, Experiência do Usuário, Design Organizacional, Design de Serviços, entre outros (COELHO, 2021, p. 58). É muito comum a confusão no uso do termo *Legal Design* para documentos apenas com *Visual Law*, tratando os dois termos como sinônimos (COELHO, 2021, p. 52).

Design Thinking

De acordo com Tim Brown (2010), designer e CEO da IDEO – grande empresa de consultoria em Design e inovação, *Design Thinking* é uma abordagem antropocêntrica para a inovação que usa ferramentas dos designers para integrar as necessidades das pessoas, as possibilidades da tecnologia e os requisitos para o sucesso dos negócios.

O *Design Thinking* possui três etapas no total, imersão, ideação e prototipação, que podem ser explicadas em cinco passos:

- 1. Entender o problema** – é necessário responder às perguntas: qual é o problema? E quem deve ser integrado ao processo? São realizadas pesquisas e observações sobre o problema identificado para compreender as necessidades do usuário.
- 2. Definir o problema** – sintetizar o problema do usuário em uma questão clara.
- 3. Ideação** – encontrar e selecionar ideias durante uma sessão de *brainstorming* – processo criativo para a geração de ideias, sem juízo de valor.
- 4. Prototipação** – criar um projeto das melhores ideias selecionadas.
- 5. Teste** – testar as ideias por meio de experimentos *feedbacks* dos usuários.

Ainda segundo Tim Brown (2010), o *Design Thinking* tem duas funções: expandir o conceito de design para abranger os desafios enfrentados pela sociedade – o que é cabível no presente trabalho, considerando sua interdisciplinaridade ao aliar Design e Direito; e mostrar como uma abordagem criativa, focada no ser-humano e na resolução de problemas propicia a descoberta de soluções novas e mais eficazes, disponíveis para qualquer um que deseja aplicar este método.

User Experience

A experiência do usuário (sigla em inglês “*User experience*” – *UX*) revolucionou o Design, tendo em vista que antes o Design era centrado no próprio Design e, com o tempo, o usuário foi sendo inserido no projeto (MORITZ, 2005). O termo *UX* popularizou-se quando o cientista cognitivo e designer Donald Norman denominou o seu grupo de trabalho na *Apple* como “*User Experience Architect Group*” (Escritório de Arquitetos de Experiência de Usuário, em tradução livre), pois ele acreditava que “Interface de Usuário” e “Usabilidade” limitavam o entendimento sobre o que o seu trabalho representava (NIELSEN, 2017).

Szabo (2010) explica a importância de entender o que o usuário do produto final precisa escutar, suas experiências e modo de pensar para fazê-lo chegar a uma determinada conclusão. Muitos advogados fazem isso intuitivamente, utilizando, para tanto, estratégias de oratória. Porém, focar a peça processual no usuário e planejar a comunicação, estratégias e metodologia conforme o julgador pode resultar em uma influência surpreendente no modo do ser-humano tomar decisões.

Berger-Wallister, Barton e Haapio (2017) destacam que o Departamento Federal Canadense de Seguro-Desemprego, sob iniciativa e financiamento do governo canadense e em colaboração com um time de designers do *Human Resources Development and Justice Canada*, realizou o *redesign* de documentos e do *layout* do site de informações para deixar os regulamentos do departamento mais acessíveis ao público. O resultado obtido reduziu o tempo dos cidadãos para se cadastrarem, melhorando a experiência de usuário.

Participatory Design

Hagan (2019) esclarece que muitas tecnologias pensadas para trazer um maior acesso à Justiça na verdade são feitas e pensadas por advogados, ou seja, refletem a perspectiva desses profissionais e o que eles pensam ser necessário para facilitar a vida das pessoas. Por isso, na visão de Hagan, muitas iniciativas não preenchem todas as lacunas necessárias e não alcançam plenamente seu objetivo por deixar de escutar os usuários daquela inovação. O *Participatory Design* surgiu na Escandinávia como um processo de criação de softwares melhores que começou a trazer as pessoas que utilizariam tais produtos para auxiliar no desenvolvimento destes.

Ao deixar os usuários participarem do processo de Design, Hagan (2019) destaca que fica muito mais evidente quais os verdadeiros problemas a serem solucionados, como

fazê-lo e testar se as soluções pensadas realmente funcionam com quem irá conviver com aquele produto. A pesquisadora conclui que o modelo de Participatory Design leva a uma forma mais eficaz de inovação e uma melhor comunicação, engajada não apenas com os advogados, mas sim com as Cortes e todo o sistema legal.

Human Centered Design

A professora de Pós-Graduação em Design na Universidade Federal do Paraná (UFPR), Stephania Padovani (2016), explica que o *Human Centered Design* concebe sistemas adaptados às características dos usuários e das tarefas a serem realizadas, por meio de sistemas intuitivos, mais fáceis de aprender e usar com uma menor fadiga e maior conforto ao usuário. Com isso, se alcança uma elevada qualidade, eficácia e eficiência, e consequentemente um resultado melhor com uma maior aceitação e motivação para continuar o uso, além de uma redução no tempo de treinamento para utilizar o sistema.

Padovani (2016) aponta duas dimensões de análise do *Human Centered Design*: a dimensão econômica, para atender às necessidades e habilidades dos usuários; visando a uma melhora da utilização, qualidade, eficiência; e gerar soluções com uma boa relação de custo-benefício, reduzindo a probabilidade de que sistemas e serviços sejam rejeitados pelos usuários; e a dimensão social considerando que a abordagem centrada no ser humano resulta em sistemas, produtos e serviços que são melhores para a saúde, o bem-estar e o engajamento dos usuários, incluindo também pessoas com desabilidades.

Material Didático e Design Instrucional

Denise Bandeira (2017, p. 22) conceitua “material didático” como “conjunto de textos, imagens e recursos concebidos com finalidade educativa. Por isso, faz-se necessário decidir sobre a adoção de um suporte em que ele possa ser veiculado, o qual possa ser impresso, audiovisual ou recorrer ao uso das novas tecnologias”.

A pesquisadora adota a definição de “material instrucional” que, com os avanços tecnológicos inclui produtos desenvolvidos com apoio do design instrucional, área da tecnologia educacional que segundo Bandeira (2017, p. 28) “adota uma perspectiva sistêmica, com enfoque na aprendizagem do público-alvo e em outras questões específicas, para elaboração de produtos educacionais”.

Filatro (2007) defende a aplicação de um Design Instrucional contextualizado, que considere os contextos de uso do material e adota o termo “Design Instrucional Contextualizado” que não teria etapas de implementação não são claramente definidas, uma vez que estariam intrinsecamente relacionadas ao contexto no qual se realizará o processo ensino-aprendizagem (FILATRO 2003).

Design da Informação

O Design da Informação preocupa-se em como organizar as informações da melhor maneira possível, para que sua transmissão seja feita de uma forma mais eficiente e clara para as pessoas (HORN, 1999). Realiza-se um processo de planejamento, seleção do conteúdo, organização, escrita, revisão, formatação, diagramação e teste para que os documentos atinjam os seus objetivos: um documento deve ser útil, ou seja, o usuário deve ser capaz de encontrar a informação, entendê-la e aplicá-la para a situação que precisa, que fez a pessoa recorrer a tal documento, dentro de um tempo razoável (REDISH, 1999).

O *Legal Design* utiliza muito do Design da Informação na reescrita e reorganização das informações de documentos jurídicos, podendo ser considerado uma derivação do Design da Informação (FALEIROS JÚNIOR e CALAZA, 2021), mas distingue-se dele pois envolve alguns aspectos de Direito importantes na concepção de seus produtos, pois deve observar algumas formalidades exigidas pela Lei para ter validade, ou seja, não foca apenas na transmissão da informação, como o Design da Informação, mas também na sua validade jurídica. (FALEIROS JÚNIOR e CALAZA, 2021).

Projeto Gráfico do Material Didático

O material didático foi elaborado com base nesta pesquisa, com adaptações no texto para uma melhor leitura pelo usuário. Antes de tudo, foi criado um documento no programa Adobe Illustrator para registrar ideias de vetores, cores e tipografias. Em seguida, foi criado um arquivo no programa Adobe InDesign para a diagramação propriamente dita, seguindo as ideias que já constavam no arquivo do Illustrator, o que permitiu uma maior liberdade criativa na hora de diagramar e experimentar novas possibilidades.

As cores escolhidas para os três fundamentos do *Legal Design* foram as do Diagrama de Venn de Hagan (2016), cada uma para caracterizar um dos fundamentos: amarelo para o Direito, rosa para o Design e azul para a tecnologia. Foram utilizados ícones

gratuitos, de sites de bancos de vetores. Para representar cada fundamento do *Legal Design*, foi escolhido: um documento com uma balança para o Direito, uma lâmpada com um lápis e uma engrenagem para o Design e um chip com conexões para a tecnologia.

Escolheu-se o tamanho A4 por ser mais prático para sua futura divulgação, tanto no meio físico quanto digital, já que é de fácil impressão e visualização em diferentes telas. O texto utilizado no material didático foi revisado mais de uma vez, à medida que surgiram necessidades de reduzir seu tamanho, durante a diagramação.

Após a fase de ideação, foram geradas três alternativas de diagramação do material didático e duas alternativas para a capa. Com relação ao processo de escolhas no processo de criação em Design Gráfico, Leopoldo Leal (2020, p. 205) explica que:

“Os bons criadores são aqueles que possuem a habilidade e a experiência necessárias para selecionar as melhores ideias e seguir em frente. Novas bifurcações surgem a cada passo no desenvolvimento do projeto, e o profissional deve escolher a rota que prefere seguir, mantendo olhos e ouvidos atentos e deixando-se guiar por desejos, gostos e palpites”.

Portanto, para Leal (2020), escolher é dar importância para aquilo que é primordial ao projeto. Neste trabalho foi escolhida a alternativa (Figura 3) com: Tipografias sem serifa, para buscar contemporaneidade ao trabalho (Montserrat para títulos e Open Sans para o corpo do texto); a cor verde-água foi utilizada nos títulos, por ter aparecido bastante na pesquisa, e o cinza como cor secundária, por significar a fusão de estímulos, simplificação, neutralidade e maturidade (FARINA, PEREZ e BASTOS, 2006). Utilizaram-se fontes no tamanho 18 e espaçamento 24 para o corpo do texto e para os títulos tamanho 30 e espaçamento 36, seguindo a sugestão do guia prático de Design Editorial (HALUCH, 2018).

Figura 3 – Alternativa escolhida para o material didático



Fonte: a autora.

A estrutura tipográfica simples e funcional das fontes sem serifa transmite uma impressão de uma formatação *clean* com seu peso uniforme (DABNER, STEWART e ZEMPOL, 2014). Além disso, as fontes não serifadas são percebidas como mais persuasivas e ousadas do que as fontes para leitura por longos períodos (DABNER, STEWART e ZEMPOL, 2014).

Foram realizados diversos ajustes ao longo do refinamento do projeto: inclusão de números de página, a linguagem foi simplificada, foram acrescentados mais tópicos, foram aumentadas as margens e os espaçamentos foram revistos.

Para a capa do trabalho, foi desenvolvida uma estampa utilizando os três ícones dos fundamentos do *Legal Design*, gerando a primeira alternativa. A segunda alternativa de capa utiliza os ícones grandes e encaixados entre si: o lápis do ícone do Design encosta no papel do ícone do Direito, como se estivesse escrevendo, e a engrenagem do ícone do Design encaixa-se nas conexões do ícone da tecnologia (Figura 4).

Figura 4 – Alternativas de capa do material didático



Fonte: a autora.

Foi escolhida a segunda alternativa de capa, por ser mais chamativa e atraente do que a primeira, e os ícones estarem integrados entre si. Para a versão final da capa, foi feito um refinamento com a retiradas das partes dos ícones do Direito e tecnologia que ficaram atrás do ícone do Design, para melhorar a visualização de que aquele ícone está na frente, sobreposto aos outros dois. Também escolheu-se deixar como título apenas “Fundamentos do” retirando o artigo “os”.

Para a contracapa, foi utilizada a estampa resultado da primeira alternativa de capa (Figura 4), mas preenchendo toda a página como um *rapport*. Foi realizado um ajuste para que não sobrassem barras laterais em branco e a estampa se encaixasse em todo o espaço

da folha e, por opção da autora, não houve sangrias nos ícones – como forma de valorizá-los e distribuí-los de modo uniforme em todo o espaço disponível.

Após a finalização do material didático (disponível em: https://drive.google.com/file/d/1QgFmYOysK_q183WmZYEHLnm80zL7SFwK/view?usp=sharing), foi realizada a última revisão. Em seguida, o material foi distribuído para usuários, via e-mail, dentre estudantes de Direito e Design, profissionais da área para a coleta de *feedbacks*. Entre eles surgiram questões que foram arrumadas, como: erros de digitação, de ortografia, variação de tom da cor verde-água e incluir exemplos sobre o assunto.

Conclusões

O estudo do *Legal Design* é de extrema relevância para o meio acadêmico, tanto para o Design, quanto para o Direito, por ser uma ferramenta inovadora, com muitas possibilidades de aplicações em casos cotidianos.

A implementação de técnicas do Design no Direito, realocando o indivíduo no centro, pensar na experiência do usuário, simplificar e acelerar a compreensão de documentos jurídicos complexos, tornando-os mais acessíveis e sem perder a sobriedade, formalidade e requisitos exigidos, melhoram a experiência com o Direito e propicia acesso à Justiça.

O objetivo geral deste trabalho, qual seja, elaborar um material didático sobre *Legal Design* para ensinar este conteúdo na Graduação, utilizando a metodologia do *Design Thinking*, foi alcançado com êxito. Em trabalhos futuros, pretende-se realizar novos testes com os usuários para continuar com uma série de mais edições sobre *Legal Design*, aprofundando cada um dos seus pilares: Design com o título “Técnicas de Design para Legal Design”; Direito para reduzir o “juridiquês” com “Linguagem simples para Legal Design”; e Tecnologia, tratando sobre “Inovações tecnológicas para Legal Design”.

O *Legal Design* pode contribuir para a resolução de problemas complexos, desenvolvimento de melhores serviços jurídicos com foco no usuário, soluções para melhorar a experiência do cliente e o desempenho da operação jurídica em si. Nesse sentido, *Design Thinking*, *UX*, Design centrado no ser-humano, Design Informacional, Design Gráfico, dentre outros, são essenciais para este novo campo.

Referências

BANDEIRA, Denise. **Material didático**: criação, mediação e ação educativa. Curitiba: Intersaberes, 2017.

BERGER-WALLISTER, Gerlindo; BARTON, Thomas e HAAPIO, Helena. From visualization to *Legal Design*: a collaborative and creative process. In.: **American Business Law Journal**. Volume 54, páginas 347-392, 2017.

BROWN, Tim. **Design Thinking**: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Alta Books, 2010.

COELHO, Alexandre Zavaglia. Legal Design e Visual Law: conceitos e sua aplicação pelo Poder Público. In: COELHO, Alexandre Zavaglia e SOUZA, Bernardo de Azevedo. **Legal Design e Visual Law no Poder Público**. São Paulo: Thomson Reuters, 2021.

DABNER, David; STEWART, Sandra e ZEMPOL, Eric. **Curso de design gráfico**: princípios e práticas. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura e CALAZA, Tales. **Legal Design**: Visual Law, Design Thinking, metodologias ágeis e experiências práticas. Indaiatuba: Editora Foco, 2021.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. Blücher; Edição: 5º, 2006.

FILATRO, Andrea. **Design Instrucional contextualizado**: educação e tecnologia. São Paulo: Editora SENAC, 2003.

_____. **Design Instrucional na prática**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007.

HAGAN, Margaret. **Law by Design**. Stanford, 2016. Disponível em: <<https://www.margarethagan.com/about/publications/>> Acesso em: 29/06/2023.

_____. **Participatory Design for Innovation in Access to Justice**. Stanford, 2019. Disponível em: <https://www.amacad.org/sites/default/files/publication/downloads/19_Winter_Daedalus_Hagan.pdf> Acesso em: 18/05/2023.

HALUCH, Aline. **Guia Prático de Design Editorial**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2018. 2ª edição.

HERTZBERG, Emma. **The value of legal design for business** Helsinki Area, Finlândia, 2015. Disponível em: <<https://medium.com/observ-world/the-value-of-legal-design-for-business-5072c14f78e5>> Acesso em: 29/06/2023.

HORN, Robert. Information Design: emergence of a new profession. In: JACOBSON, Robert (Ed.). **Information Design**. Cambridge: The MIT Press, 1999 p.15.

LEAL, Leonardo. **Processo de criação em Design Gráfico**: Pandemonium. São Paulo: Editora Senac, 2020.

MORITZ, Stefan. **Service Design**: Pratical access to an evolving field. Faculty of Cultural Science, 2005. Cologne: Köln International School of Design, University of Applied Sciences Cologne.

NIELSEN, Jakob. **A 100-Year View of User Experience**. 2017. Nielsen Norman Group. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/100-years-ux>. Acesso em: 02/05/2023.

NYBO, Erik Fontenele. Legal Design: a aplicação de recursos do Design na elaboração de documentos jurídicos. In. **Legal Design**: Visual Law, Design Thinking, metodologias ágeis e experiências práticas. FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura e CALAZA, Tales (Org.). Indaiatuba: Editora Foco, 2021.

PADOVANI, Stephania. **Design centrado no usuário – conceituação e abordagens**. Curitiba, 2016. PPGDesign, Universidade Federal do Paraná (UFPR).

PROMAD, Programa Nacional de Modernização da Advocacia. **Você já ouviu falar em Legal Design?** Seção de tecnologia, 23/05/2019. Disponível em: <<https://www.promad.adv.br/blog/voce-ja-ouviu-falar-em-legal-design>> Acesso em: 17/05/2023.

REDISH, J. C. **Document and information design**. In: Encyclopedia of electrical and electronics engineering, v. 6, p 10-24, Nova York: John Wiley & Sons, 1999. p. 10.

SERAFINO, Danielle Lima e CARDOSO, Paula. Legal Design e Visual Law na prática. In: VAINZOF, Rony. SERAFINO, Danielle. STEINWASCHER, Aline. **Legal Innovation**: o futuro do Direito e o Direito do futuro. São Paulo: Thomson Reuters, 2021.

SZABO, Mark. **Design Thinking in Legal Practice Management**. Calgary, Alberta, Canadá, 2010. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1948-7169.2010.00078.x5>> Acesso em: 14/06/2023.