



Quando il design diventa dottrina

Marco Imperiale, head of innovation dello studio Lca, illustra i cardini di una nuova disciplina in costante ascesa e che ha dirette ricadute sul mondo imprenditoriale

di Alessio Crisantemi

Tra i trend generali di grande interesse e attualità vale la pena osservare anche il legal design, che interessa il mondo giuridico-normativo e impatta direttamente su imprese e industria. Ne parliamo con un esperto in materia, l'avvocato Marco Imperiale, head of innovation dello studio Lca e legal designer per Design Rights.

Cosa si intende per Legal Design?

“Il legal design è una disciplina per la realizzazione di contenuti giuridici focalizzati sull'utente finale. Il concetto di 'design' non deve pertanto essere inteso solo pensando al concetto di disegno, ma in chiave anglofona, ossia di ingegnerizzazione dei contenuti. Pensiamo ad Amazon, a Uber, a Netflix. Tutte queste piattaforme sono focalizzate sull'utente finale. Ecco, il legal design fa la stessa cosa con tutti i testi e processi giudici (pensiamo a contratti, *privacy policy*, testi normativi etc.). Va detto che, essendo una disciplina nuova e in ascesa, la definizione (che tra l'altro è inclusa nel libro, uno dei primi al mondo, che ho scritto sul tema con Barbara de Muro), non è

univoca. Per qualcuno è un *mindset*, per altri un approccio, per altri ancora una metodologia. Una cosa è certa, tutti i *legal designer* lavorano costantemente per rendere i contenuti giuridici più 'umanocentrici', da un lato intervenendo sul testo (evitando o limitando il 'legalese'), dall'altro usufruendo di tutta una serie di strumenti (icone, linee del tempo, grafici, etc.) che ci permettono di rendere i contenuti non solo più accattivanti, ma anche coinvolgenti. Non si tratta solo di semplice riduzione del testo (ad esempio, rendere un contratto di dieci pagine un testo di due), o di evidenziazione dei contenuti, ma di un complesso lavoro di architettura dell'informazione. L'obiettivo, pertanto, non è tagliare parole o includere elementi



visuali, ma chiarire tutto quanto l'utente finale non riesce a comprendere.”

Che impatto potrebbe avere l'affermarsi di questo "trend" a livello giuridico e normativo?

“Per quanto mi riguarda, e visto anche il crescente interesse su scala mondiale, può rappresentare una rivoluzione copernicana per tutto il mondo del diritto. Molti di noi cliccano quotidianamente 'I Agree' su siti web (dai social media alle piattaforme di vendita) – firmando di fatto contratti senza leggerne il contenuto, oppure prestano poca attenzione alle *cookie policy* e alle attività di tracciamento. Cosa cambierebbe se veramente comprendessimo la posta in gioco? Se, come utenti o consumatori, avessimo una differente contezza dei nostri diritti e doveri? E ancora, che mondo sarebbe se le istituzioni parlassero il linguaggio dei cittadini? Le implicazioni sono immense: in un mondo che vira sempre più verso elementi visuali (pensiamo al passaggio da Facebook, a Instagram, a TikTok), e dove i cittadini e i consumatori vogliono essere coinvolti nei processi che li riguardano, la strada è ormai segnata. Si tratta solo di scegliere se intervenire o meno.”

Ci sono esperienze estere di successo che rappresentano delle best practices in questo senso?


“Assolutamente. Ormai ci sono svariate realtà consenziali su scala internazionale (una delle quali è la nostra *Design Rights*), che offrono servizi a società e istituzioni interessate a migliorare il proprio rapporto con l'utenza attraverso i testi giuridici. Oltre ciò, il legal design è un vero e proprio movimento. Giusto per fare un esempio, al Legal Design Summit, la rassegna più importante al mondo, cui ho parteci-

pato nel 2019 come speaker, e nel quale – proprio a settembre – avrò l'*opening keynote*, ci sono centinaia di entusiasti che si adoperano quotidianamente, a livello universitario, istituzionale, o aziendale, per diffondere il verbo. Con riguardo nello specifico al settore dei videogiochi, posso dire che ho tenuto workshop con alcuni dei più importanti player internazionali, notando grande sensibilità al tema. Anche l'hackathon lanciato nel 2020 dal Garante della Privacy per l'informativa privacy di TikTok è un caso di sicuro interesse.”

Qual è la situazione dal punto di vista del "legal design" della normativa vigente su gaming/ esports e sui giochi pubblici?

“Domanda da un milione di dollari. Da un lato c'è una forte richiesta di trasparenza, in particolare con riguardo al mondo dei minori, che sono coinvolti primariamente (penso a tutto il mondo di gestione consensi e dati). Dall'altro molti player faticano a considerare questo tema come prioritario. Quello che tuttavia vorrei sottolineare, e che può sembrare paradossale, è che – se una azienda investe nel legal design, i benefici sono più dei lati negativi. Il diritto può servire da un lato a strutturare una migliore comunicazione con i propri utenti, dall'altro a ridurre il numero dei potenziali contenziosi e a mostrare ai propri competitor una nuova maniera di strutturare relazioni con i clienti. A questo proposito posso citare la ricerca sull'impatto del legal design che sta svolgendo a livello accademico Katri Nousiainen, mia cara amica, o quello che stiamo facendo noi – come *Design Rights* – per i nostri clienti, grazie al supporto di psicologi cognitivi. Il legal design ci permette non solo di stabilire una migliore comunicazione, ma di cambiare la percezione e la fiducia di chi interagisce con noi.”

Per concludere: che consiglio darebbe a chi fosse interessato ad approfondire?

“A parte seguire il nostro lavoro con *Design Rights*, l'idea è quella di provare direttamente a sperimentare, coinvolgendo avvocati, designer, e project manager. Se poi vogliono partecipare al progetto psicologi, linguisti, ed economisti, ben venga. Sono un ambasciatore del *learning by doing*, e se da un lato è vero che il legal design richiede molta esperienza, è vero anche che è necessario gettare i semi (possibilmente su un terreno fertile) e diffondere il verbo. Tra l'altro, l'idea del cimentarsi in prima persona ci fa rendere conto di quanto possa essere complesso il lavoro che facciamo quotidianamente, e magari apprezzarlo in maniera diversa.” 



Non solo "bla bla bla" sul Legal design

Si intitola "Legal design: 'bla bla' come 'bla bla bla' il design 'bla' può 'bla bla bla' semplificare 'bla bla bla' il diritto 'bla bla bla' il libro che Marco Imperiale, assieme con Barbara de Muro, ha scritto (Giuffrè Francis Lefebvre edizioni) per raccontare uno dei fenomeni più interessanti del nuovo modo di intendere la professione legale. L'opera racchiude tutti gli aspetti fondamentali della disciplina: le ragioni del suc-



cesso del legal design, il processo del legal design thinking, le tecniche di scrittura legale e del linguaggio visuale, le strategie di riscrittura di testi giuridici, le regole di organizzazione dei contenuti e di composizione della pagina. Nel testo che si sofferma anche sulla storia del legal design e include un innovativo approccio al linguaggio di genere sono inclusi esempi di documenti realizzati dagli autori e da legal designer di tutto il mondo.