



COMUNICAÇÃO VISUAL E O DIREITO: O *VISUAL LAW* COMO ESTRATÉGIA DE ACESSO À JUSTIÇA

PIRES, Flávia Teixeira Silva

Mestranda do Programa de Cognição e Linguagem da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF) Oficial de Justiça Federal – TRF2
flaviatpires@gmail.com

MELO, Aline Souza Tinoco Gomes de

Mestranda do Programa de Cognição e Linguagem da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF) Juíza do Trabalho do TRT da 1ª Região
tinocoalinemelo@gmail.com

PEREIRA, Ives da Silva Duque

Doutorando do Programa de Cognição e Linguagem da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF). Especialista em Gestão, Design e Marketing (IFF)
ivesduque@gmail.com

LUQUETTI, Eliana Crispim França

Doutora em Linguística – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF)
elinafff@uenf.br

RESUMO

O presente estudo é fruto da disciplina de Sociolinguística do Programa de Pós-Graduação em Cognição e Linguagem da Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF), e tem por objetivos compreender como o *visual law* tem se estabelecido no meio jurídico e demonstrar como essa técnica é usada em documentos para alcançar uma comunicação mais clara e compreensível, proporcionando uma interação entre os sujeitos do processo. A importância desse estudo se evidencia por ser o recurso técnico do *visual law* uma ferramenta hábil para proporcionar ao cidadão uma comunicação visualmente facilitada e mais clara dos atos e andamentos processuais, favorecendo a compreensão dos comandos judiciais. No entanto, essa

significativa estratégia carece de maior divulgação, capacitação e pesquisa para que seu uso seja apropriado e efetivo, considerando, ainda, o público a que se destina.

Palavras-chave: Comunicação. *Visual law*. Documento.

ABSTRACT

The present study is the result of the Sociolinguistics discipline of the Postgraduate Program in Cognition and Language of the Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF), and aims to understand how *visual law* has established itself in the legal environment and demonstrate how this technique is used in documents to achieve a clearer and more understandable communication, providing an interaction between the subjects of the process. The importance of this study is evidenced by the fact that the technical resource of the *visual law* is a skillful tool to provide the citizen with a visually facilitated and clearer communication of the acts and procedural progress, favoring the understanding of the judicial commands. However, this significant strategy lacks greater dissemination, training and research so that its use is appropriate and effective, also considering the target audience.

Keywords: Communication. *Visual law*. Document.

INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea é produto da globalização e dos processos de virtualização em decorrência da crescente e acelerada revolução tecnológica. Esse novo cenário demanda acompanhamento das transformações, adaptações e otimização da forma como ocorre a comunicação em sociedade, a qual vem se embrenhando pelas diversas áreas e setores da sociedade.

Somos bombardeados diariamente com milhares de imagens visuais aplicadas em diferentes produtos e suportes de comunicação como cartazes, símbolos, instruções visuais, publicidade, internet, com diferentes tipos e funções de mensagens. Muitas dessas mensagens informam, outras dirigem e influenciam ou por vezes confundem o receptor. (HOLTZ, 2019).

Dessa forma, a comunicação nesse contexto acaba se utilizando das imagens como elemento central na composição das informações a serem transmitidas. Esse novo cenário também se constrói pelas tecnologias digitais de informação e comunicação que perpassam o mundo do trabalho e as mais diversas áreas do conhecimento.

Essas tecnologias digitais constroem uma comunidade de fala cujo a centralidade das imagens se torna imperativa. A sociolinguística, enquanto ramo da linguística que estuda as relações entre língua e sociedade, permite um olhar atento aos processos que moldam a maneira como a comunicação se estabelece a partir das relações em redes de sujeitos conectados por dispositivos digitais e bombardeados por imagens que perpassam entre o “real” o “virtual”.

No Direito, a inteligência artificial e seus recursos trouxeram grande avanço na

celeridade processual, com inovações implementadas no tempo pandêmico da Sars-Cov-2, coronavírus, levando servidores e toda máquina judiciária a se reinventar e readequar à nova realidade.

No momento em que a pandemia foi decretada pela Organização Mundial de Saúde, já havia vários projetos de Inteligência Artificial sendo desenvolvidos no Poder Judiciário (MELO, 2020). E hoje, os procedimentos judiciais além da normatização que o rege, têm também uma ciência tecnológica desenvolvida e com contínuo aprimoramento para implementar maior celeridade ao andamento dos processos.

Dentro de todas as inovações e no contexto da virtualização dos processos, surgem técnicas como o *visual law* - cujo uso já ocorre na iniciativa privada - e no meio jurídico como um todo tem se estabelecido como uma importante forma de comunicação, a fim de tornar os documentos mais claros e fáceis de compreensão.

O uso de elementos visuais não é uma novidade no campo da comunicação. Contudo, no contexto de utilização em massa das tecnologias digitais na contemporaneidade, há uma necessidade cada vez maior de tais elementos aparecerem nos diversos campos de atuação humana e suas comunidades de fala. Observa-se o uso desse recurso visual em parte do Poder Judiciário, repartições públicas e na advocacia, ainda de forma tímida, incluindo as partes do processo em uma comunicação mais simples e interativa.

O termo *visual law*, é considerado parte do ‘legal design’ e engloba não apenas imagens, mas também gráficos, infográficos, formas e fluxogramas sem dissociar do texto escrito, que juntos promovem uma linguagem clara trazendo ao documento um visual mais aprazível, principalmente ao leigo.

Assim, partindo do pressuposto de que segundo Mussalim e Bentes (2021) o objeto de estudo da sociolinguística é o uso da língua observada em seu contexto social, tendo como ponto de partida a comunidade linguística e que a variação linguística pode muitas vezes ser impeditivo a comunicação, o presente artigo, fruto da disciplina de Sociolinguística do Programa de Pós-Graduação em Cognição e Linguagem da Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF), tem por objetivos compreender como o *visual law* tem se estabelecido no meio jurídico e demonstrar como essa técnica é usada em documentos jurídicos para alcançar uma comunicação mais clara e compreensível, proporcionando uma interação entre os sujeitos do processo.

Diante dos avanços tecnológicos no Poder Judiciário por ocasião da Pandemia da COVID-19, o recurso do *visual law* oportuniza uma comunicação mais clara ao jurisdicionado,

uma vez que os termos técnicos usados na área jurídica nem sempre são conhecidos de grande parte da sociedade.

Nesse contexto, esse recurso proporcionará não só um visual mais leve e agradável ao leigo na visualização do documento jurídico, como também uma descrição simples de forma que o falante compreenda o conteúdo do referido documento.

1. COMUNICAÇÃO VISUAL E O *VISUAL LAW*

O modelo formal de Shannon *apud* Matellart (2011) propõe um esquema de comunicação em um sistema que problematiza a reprodução de uma mensagem, de um ponto a outro, de maneira exata ou aproximada. Esse esquema linear composto por fonte, emissor, mensagem, canal e receptor, faz com que Shannon percorra seu interior e quantifique os custos, para uma mensagem, dos “ruídos”, ou seja, perturbações aleatórias indesejáveis que comprometem a correspondência entre os dois pólos.

Por muito tempo campos das Ciências Humanas que adotaram o modelo proposto por Shannon, o fizeram a partir do pressuposto da neutralidade nas instâncias “emissora” e “receptora”, sem levar em consideração o sentido dos sinais atribuídos pelo destinatário e as intenções relativas a sua emissão. Desenvolve-se a partir dessa crítica ao funcionalismo, a ideia de uma comunicação como processo social integrada pelos múltiplos modos de comportamento do homem e sua psique. (MATELLART, 2011)

A partir desses pressupostos, podemos entender que a comunicação se estabelece pelas múltiplas relações entre sujeitos, em que as linguagens dão forma a mensagem (informação), mas não são capazes, sozinhas, de promover eficácia sem considerarmos variações sócio-culturais que podem comprometer o entendimento entre emissor e receptor.

Mcluhan (1974) afirma que o meio é a própria mensagem. Os meios são extensões do ser humano e se constroem a partir das energias pessoais moldadas pela consciência e experiência de cada um. Nesse sentido, meios são como tradutores da experiência humana que irão reverberar a linguagem de um mundo natural.

Müller-Brockman (1998), considera que a palavra e a imagem são pontes para unir o ser humano por serem suporte das relações estabelecidas entre o mundo físico, intelectual e social. A palavra, enquanto instrumento de comunicação, permite a expressão humana nas mais variadas formas. Para o autor, a comunicação visual substituiu a transmissão oral, antes predominante, trazendo mudanças nas ideias, condutas e civilizações humanas.

Isso ocorre, em uma relação causa-efeito, a multiplicação dos meios portadores de comunicação visual como revistas, rótulos, televisão, dispositivos eletrônicos, etc. O conceito de comunicação visual engloba todas as modalidades de informação visual como material impresso, anúncios, logotipos, catálogos, marcas, ilustrações científicas, assim por diante. Sendo a história da comunicação visual um entrelaçamento entre história da arte, cultura e comércio, por isso abraça uma grande variedade de formas. A publicidade tem os mesmos objetivos que todo ser humano possui: produzir efeitos desejados ao atrair a atenção, convencer. (MÜLLER-BROCKMAN, 1998)

Munari (1998) afirma que quase tudo que os olhos humanos vêem trata-se de comunicação visual, isto é, desde desenhos, a objetos, plantas, animais, etc. Contudo, os valores são diferenciados de acordo com o contexto em que se inserem. Ademais, em relação às imagens podem ser casuais ou intencionais. Ao passo em que a comunicação intencional reporta-se a algo que o ser humano faz para se comunicar utilizando para isso códigos e informações precisas impondo ao receptor a compreensão total da mensagem enviada. Por outro lado, a comunicação casual pode ser interpretada por cada destinatário (MUNARI, 1998).

Oliveira (2006) ao falar sobre o texto olfativo provocado por um perfume, refere-se ao seu vidro como texto visual ao produzir um discurso no seu aspecto, como uma escultura que expressa a preciosidade do conteúdo, captado pelos olhos. Essa imagem do vidro de perfume, tridimensional, não é artística, mas estética, pois cumpre a função utilitária específica de conter um líquido perfumado. A partir dessa afirmação, podemos falar sobre como o texto visual pode provocar estesia e um discurso com múltiplas leituras possíveis, inclusive estéticas.

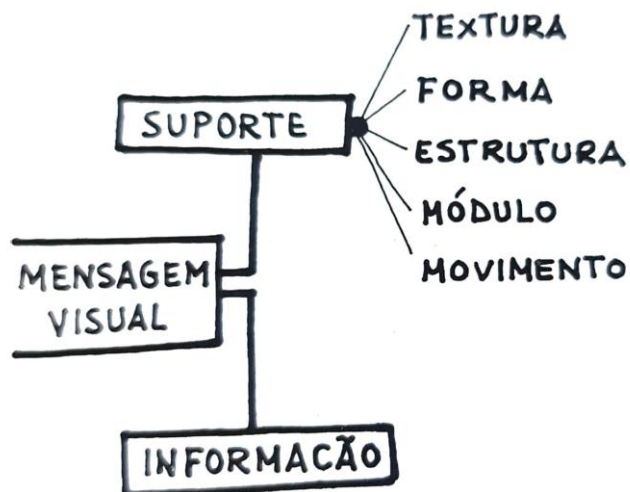
A comunicação eficaz possibilita maior interação em um menor espaço de tempo, o que atualmente é de suma importância para emissor e receptor, de modo que a mensagem tem de ser efetiva, para que seja recebida e adequadamente inteligível. Nesse passo, tanto a linguagem verbal, caracterizada pelo desenvolvimento da linguagem e dos idiomas quanto à linguagem não verbal, sendo caracterizada pelo uso de ícones e formas, tem especial relevância principalmente no ramo dos negócios, na conectividade social, afinal, as propagandas, anúncios, redes sociais se tornaram presentes no cotidiano das pessoas (DUTRA, 2018).

Neste sentido, Legendre ressalta sobre o necessário enfoque sobre a comunicação visual ao afirmar que:

A Comunicação Visual sendo a comunicação reconhecida como uma das mais importantes atividades humanas, ela assume diferentes questões e abordagens que devem ser analisadas e estudadas para tentarmos definir corretamente. Comunicar é tornar comum - é normativa, a comunicação. Faz comunicar - tornar comum - o que não

deve permanecer privado (LEGENDRE, 1982, p. 238).

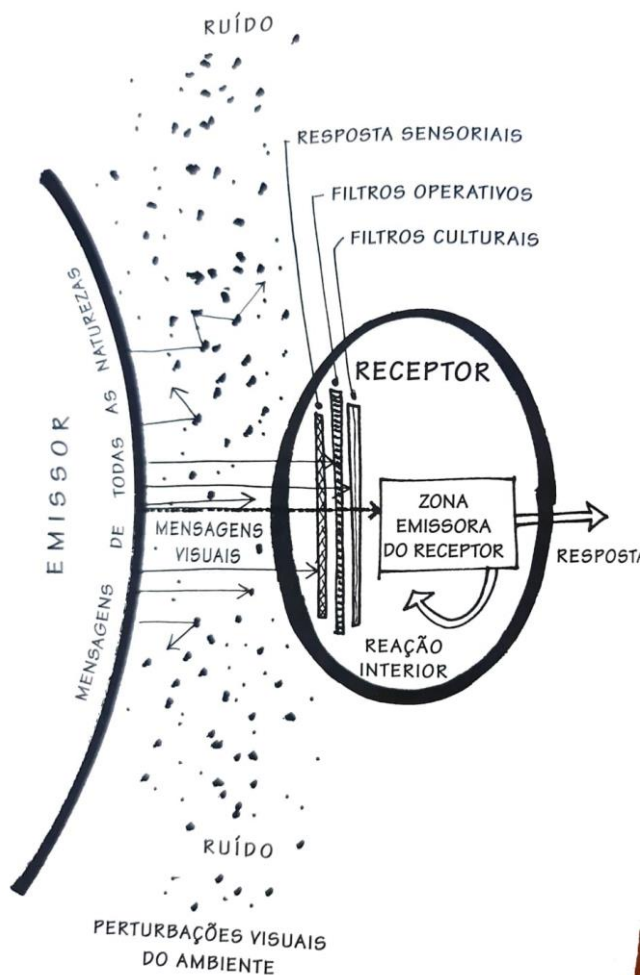
Para se tornar comum, a comunicação precisa ser pensada, preparada, entendida para evitar que se permaneça no privado pela falta de entendimento, ou ruídos, entre emissor e receptor. Ao colocar a comunicação visual como uma das mais importantes atividades humanas, Legendre (1982), chama atenção para sua correta definição.



Fonte: Munari, 1998, p. 71

A comunicação visual é composta por um sistema de informação cujo interior compõe a mensagem visual a ser transmitida e decodificada para ser entendida. Munari (1998) divide a mensagem visual em duas partes: a informação transmitida na mensagem e o suporte visual. Esse último entendido como o conjunto de elementos que possibilitam o caráter visual da mensagem, como textura, forma, cor, etc.

Todo esse processo só é permitido pela estrutura biológica estabelecida pelos nossos sentidos e pensamentos.



Fonte: Munari, 1998, p. 71

Na perspectiva da sociolinguística, é importante destacar nesse processo os filtros culturais que serão, em muitos casos, determinantes na compreensão da mensagem. A imagem de Munari (1998) permite que percebamos a complexidade que se encontra o trajeto entre emissão e recepção de uma mensagem visual. Encontramos muitas barreiras que podem provocar falta de entendimento, como ruídos, respostas sensoriais, filtros operativos e culturais, antes de se chegar a um entendimento; resposta do receptor. Essa deve ser uma preocupação que precisa estar presente em toda intencionalidade em se transmitir informações por mensagens visuais, para que elementos supostamente facilitadores não se tornem mais um ruído e impeditivo à comunicação.

Esse contexto se entrelaça com a necessidade de apropriação de novas formas de se produzir textos que se articulam com a sociedade conectada em redes, permeadas pelas tecnologias digitais. Os textos multimodais, que para Ribeiro (2016) são modalidades da

linguagem típica da leitura e escrita na era digital cuja a expressão mistura o verbal e o não-verbal, começam a se estabelecer em diversas áreas do conhecimento e serem utilizados em contextos profissionais com objetivo de melhorar a comunicação.

2. LEGAL DESIGN THINKING E *VISUAL LAW*: PENSAR E COMUNICAR O DIREITO NO NOVO CENÁRIO

Um processo de comunicação ágil e por meio até mesmo indutivo e dedutivo é um facilitador na comunicação e já embriaga o mundo jurídico de forma a inovar também nessa área que busca dinamismo e formas inovadoras de incremento no ramo, surgindo o *legal design thinking* e *visual law* (ARBEX, 2019).

A aplicação prática do *legal design thinking* tem se constituído uma forma de revisitação das práticas e os modos de pensar no sistema jurídico possibilitando a (re)interpretação e construção de soluções para os desafios de comunicação na área, tornando-a menos complexa e mais envolvente.

Num Estado de Direito, a efetivação da comunicação para fins de afirmação de direitos e pacificação social é basilar e fortemente necessária para o bom funcionamento do sistema de justiça, de maneira que é necessário que inovações positivas sejam agregadas com esse fito.

De acordo com os teóricos da temática tem-se que:

Trazer o Direito e a advocacia para a era da informação deixou de ser uma opção e passou a ser uma necessidade, haja vista que já não é possível exercer o Direito de forma arcaica e tradicional em um mundo imerso na revolução tecnológica. A multidisciplinariedade tornou indispensável aprender conteúdos, ensinamentos e ferramentas de outras áreas. Nesse sentido surge o Legal Design Thinking (PIMENTA; LANNES; VALENTINI, 2020, p. 60).

A respeito do tema, tem-se que o *Design Thinking* foi primeiro utilizado no livro *The Science of the Artificial* de Herbert A. Simon, onde o autor trouxe o entendimento de que o *design* é na verdade um pensamento, ou seja, o pensamento do *design*. Tempos depois Tim Brown que passou a divulgar com mais notoriedade o termo *Design Thinking* o qual não se trata de uma proposta apenas centrada no ser humano; ela é profundamente humana pela própria natureza. O *design thinking* se baseia na capacidade de ser intuitivo, reconhecer padrões, desenvolver ideias que tenham um significado emocional além do funcional, possibilitando aos indivíduos se expressar em mídias além de palavras ou símbolos (BROWN, 2019).

Na Cartilha *Visual law* (- o design em prol do aprimoramento da advocacia), elaborada

pelo Conselho Federal da OAB, é definido que:

“*legal design* pode ser traduzido como *design* jurídico, pois é a junção do Direito ao *design* e suas técnicas. Há, ainda, certa divergência quanto ao seu fundamento: o *legal design* é oriundo do *design thinking* ou este é apenas um dos métodos utilizados no *legal design*?¹⁷ Todavia, se o *design thinking* é a utilização de técnicas do *design* em áreas que não se utilizariam dele por natureza, impende concluir que o *legal design* e o *design thinking* são absolutamente conectados” (OAB EDITORA, 2021).

Segundo Jorge Chagas Rosa, atualmente advogado do escritório Reis Advogados (SP), mediador e conciliador, e membro efetivo do IASP (Instituto dos Advogados de São Paulo), o Legal Design significa uma remodelagem, uma reestruturação dos documentos jurídicos para melhor atender às necessidades de seus destinatários. Pode-se dizer que se trata de uma forma diferente de dizer o direito produzindo documentos em novas vestes, reformulados, que facilite sua compreensão pelo usuário, com as adequações pertinentes de acordo com cada segmento visado. Tem-se aí uma reeducação da externalização da prática jurídica na ultramodernidade (CHAGAS ROSA, 2021).

O *visual law* está associado mais às representações gráficas, com ilustrações, ícones, entre outros, levando-se a imaginar que o *visual law*, a princípio, implicaria apenas em dar uma certa elegância estética à produção jurídica. Contudo, não é esse o sentido, pois sua relevância está, especificamente, na funcionalidade, no fazer sentido, agregando-se valor. Em verdade, busca-se por meio do *visual law* aproximar o sistema legal a quem dele efetivamente necessita, fazendo a comunicação ser eficaz àqueles que não detém conhecimento técnico, o jurisdicionado.

Holtz (2019) nos lembra que é importante referir que a terminologia “imagem” pode ser aplicada aos objetos, contudo, existe uma diferenciação importante quanto ao termo comunicação, na medida em que os objetos têm qualidades visuais ou táteis que comunicam diretamente com efetividade ao usuário. Já as imagens bidimensionais são distintas, pois se comunicam com grande rapidez e são efêmeras.

3. O USO DO VISUAL LAW

Marcos Normativos

Essa é uma preocupação do Conselho Nacional de Justiça desde 2009, quando editou a Resolução Nº 85/2009, que dispõe sobre a Comunicação Social no âmbito do Poder Judiciário. Destacam-se, em seus fundamentos:

CONSIDERANDO a crescente exigência da sociedade por uma comunicação de maior qualidade, eficiência e transparência, capaz de facilitar o conhecimento e acesso dos cidadãos aos serviços do Poder Judiciário;

CONSIDERANDO que aprimorar a comunicação com o público externo é um dos Objetivos Estratégicos do Judiciário, “com linguagem clara e acessível, disponibilizando, com transparência, informações sobre o papel, as ações e as iniciativas do Poder Judiciário, o andamento processual, os atos judiciais e administrativos, os dados orçamentários e de desempenho operacional”.

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de Comunicação Social previstas nesta Resolução, deverão ser observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação: (Redação dada pela Resolução nº 326, de 26.6.2020)

VIII – adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público, utilizando sempre uma forma simplificada acessível àqueles que desconhecem as expressões típicas do universo jurídico (juridiquês) (CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, 2009)

A preocupação com a comunicação jurídica está expressa na verbalização da necessidade de se elaborar um Plano Estratégico de Comunicação.

Art. 32. Compete aos órgãos do Poder Judiciário elaborar o Plano Estratégico de Comunicação para implementação dos ditames desta Resolução, que assegure, além do disposto na Resolução CNJ nº 85/2009, os seguintes objetivos:

IV – acessibilidade às informações.

Parágrafo único. Sempre que possível, dever-se-á utilizar recursos de *visual law* que tornem a linguagem de todos os documentos, dados estatísticos em ambiente digital, análise de dados e dos fluxos de trabalho mais claros, usuais e acessíveis.

(CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, 2020)

O que podemos observar é que o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) já compreende o *visual law* como ferramenta necessária à acessibilidade das informações. Para além da orientação, a recomendação é que a comunicação no meio jurídico se dê de forma acessível e democrática. Dessa forma, o *Legal Design* e *Visual law* buscam a interação entre tecnologia e o universo jurídico, utilizando de elementos visuais para que a comunicação jurídica seja mais eficaz e permita uma experiência verdadeira ao seu destinatário.

A doutrina de Erik Nybo, Ana Carolina Maia e Mayara Cunha ensina que “quando se fala em *legal design*, trata-se das técnicas de concepção de produtos ou serviços jurídicos tanto em relação à sua forma como às suas funcionalidades” (MAIA; NYBO; CUNHA, 2020, p. 70).

Ressalta, ainda, especialmente na operacionalidade do *legal design*, a relevância da finalidade e da funcionalidade, no sentido de que “dentro da prática do *legal design* não se coloca nenhum elemento visual que não tenha uma finalidade ou funcionalidade clara e objetiva aos usuários do documento” (MAIA; NYBO; CUNHA, 2020, p. 80). Além disso, como explanado pelos autores “para que sejam usadas técnicas de *legal design*, é necessário que o criador do documento utilize os recursos gráficos e, assim, atinja a funcionalidade pretendida para o documento” (MAIA; NYBO; CUNHA, 2020, p. 80).

Técnicas de *visual law* utilizadas também no âmbito do Juízo 100% digital e no Núcleo de Justiça 4.0, promoverá além de inovação, maior empatia entre as partes do processo, uma vez que tornará a linguagem mais fácil, amplificando o alcance almejado nesse espaço diante das partes que são leigas e apresentam ainda algum nível de dificuldade com a linguagem técnica do Direito. Como pontua Margaret Hagan, o design é uma importante ferramenta para buscarmos uma comunicação que seja de fato útil às partes:

O Design oferece métodos e prioridades para transformar o setor jurídico, para tornar os resultados jurídicos mais alinhados com aqueles que seus usuários desejam e para criar novas visões ambiciosas de como os serviços jurídicos podem ser prestados. Uma abordagem de design para serviços jurídicos coloca as pessoas e seus contextos como foco, questiona como seu status quo poderia ser melhorado e, em seguida, considera o potencial da tecnologia como uma intervenção. (HAGAN, 2022)

Como não podia deixar de ser, alguns juízes vêm adotando tal técnica nas comunicações processuais e decisões. A juíza Michelle Amorim Sancho Souza Diniz da 01ª Vara de Presidente Dutra passou a adotar esse formato no período pandêmico, em que se priorizou a comunicação eletrônica dos atos processuais e judiciais, como alternativa para o acesso à justiça e como meio de aproximar o Poder Judiciário dos jurisdicionados e operadores da Justiça, nas rotinas de comunicação de atos no curso processual (TJMA, 2020). Segundo a juíza, essa técnica facilita aos advogados, membros do ministério público e jurisdicionados em geral, o acesso aos sistemas eletrônicos e melhor compreensão da dinâmica processual no ambiente virtual. Em verdade, entende a magistrada que utiliza metodologias de Canvas Jurídicos ao assentar que:

A utilização do Direito e do *Design* faz com que a gente possa aproximar as partes do processo, para melhor compreensão. A ideia é que o planejamento da unidade, no próximo ano, seja todo feito por meio do ‘*visual law*’. Conforme os mandados de secretaria e atos ordinatórios forem passando pela minha mesa, iremos adaptando esses

modelos para uma maneira mais inteligível, porque o Poder Judiciário é extremamente formal, burocrático, mas, em virtude das ideias de inovação e também de aproximação do serviço judiciário do usuário, é necessário que a gente consiga pegar elementos das outras ciências que possam ser aplicadas no Direito (TJMA, 2020).

Também no pioneirismo acerca da implementação do *Visual law*, a 13ª Vara do Trabalho de Fortaleza (CE) está utilizando técnicas em resumos de sentenças. Conforme a Juíza do Trabalho Karla Yacy Carlos da Silva, a iniciativa busca levar o cidadão a entender a decisão com clareza, por meio de uma linguagem de fácil entendimento. Em entrevista a esta magistrada, a mesma declarou para o registro neste artigo que:

Quando estudamos a evolução do Poder Judiciário desde sua criação, os Juizes nomeados pelos reis, integrantes de castas, distantes, inacessíveis, com suas perucas brancas, percebemos que o acesso à Justiça dos mais necessitados não é muito antigo na história. E, normalmente, quando ouvimos a expressão “vou buscar meus direitos”, na maior parte das vezes trata-se de um trabalhador que se viu lesado e que deseja, com esta expressão, informar que vai apresentar uma ação trabalhista, que vai ao “ministério do trabalho. A Justiça do Trabalho sempre foi um dos ramos mais acessíveis do Poder Judiciário Brasileiro. Nesse sentido, trouxemos do design thinking, dos estudos para a criação do laboratório de inovação, essa abordagem de prestação de serviços centrada no usuário, de design centrado no ser humano (SILVA, 2022).

E acrescenta importante esclarecimentos, a fim de evitar dúvidas em adoção e interpretação do uso do instituto:

É IMPORTANTE destacar que a proposta nunca foi substituir a forma de redação da sentença até porque nós temos todo um normativo, tanto na CLT quando no CPC. A proposta é apresentar as conclusões da sentença de uma forma que as partes pudessem ter mais facilidade para entender o que foi decidido. No primeiro esboço o título proposto pelo meu assistente era “sentença visual”. Já naquele momento tive a preocupação que muitas pessoas ainda hoje tem quando não identificam que aquele documento não substitui a sentença. Minha primeira impressão foi de que isso ensejaria apresentação de embargos de declaração, apesar de a sentença estar no processo. Então decidimos mudar este título substituindo por “resumo de sentença”. Esse também foi o motivo da aposição da marca d'água com a expressão “documento sem força normativa”, atualmente substituído por uma expressão maior para evitar equívocos: Este é um documento meramente ilustrativo. Não substitui a sentença formal do processo. Assim, não deve ser utilizado como fundamento em eventuais recursos, uma vez que não possui força normativa (SILVA, 2022).

Esta mesma magistrada de forma muito gentil enviou aos autores deste artigo modelos de atos processuais e modelo de sentença utilizado com a técnica, como por exemplo:

Indubitavelmente que as técnicas de *visual law* são fontes importantes de comunicação, posto que um facilitador da mesma, desmistificando a dificuldade da tradicional linguagem técnica no mundo do direito. Importa agora a disseminação da ideia com transformação de mentalidades, com a finalidade de maior adoção desses elementos visuais nas comunicações concernentes ao mundo jurídico, como forma de verdadeira inclusão do jurisdicionado no entendimento do que ocorre nesta seara de direito a que se recorre quando necessita (SILVA, 2022).

Assim, a comunicação escrita, em especial nos atos processuais, é considerada um problema para os interlocutores no meio jurídico, posto que trazem uma carga técnico-jurídica inacessível ao jurisdicionado em geral. Ao passo que daí se justifica a importância de técnicas de *Visual law*, como fontes importantes de comunicação inclusiva, sendo que importa agora a adoção da ideia desses elementos visuais nas comunicações concernentes ao mundo jurídico.

O recurso do *visual law* também vem sendo utilizado na expedição de mandados destinados ao cumprimento dos atos judiciais, tais como decisões, acordos e sentenças por intermédio dos Oficiais de Justiça no âmbito da Justiça Federal. Essa estratégia contribui com a comunicação processual, à medida que proporciona a expedição de mandados com visual claro e de compreensão mais fácil, além de acompanhar os avanços tecnológicos da Justiça 100% digital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constata-se que o recurso técnico do *visual law* se apresenta como importante ferramenta a fim de proporcionar ao jurisdicionado, por vezes leigo, uma comunicação clara e visualmente facilitada do andamento processual. Principalmente, no que se refere à compreensão dos comandos judiciais a serem cumpridos.

No entanto, percebemos que ainda precisa ser compreendido e divulgado no meio jurídico com capacitação adequada para que esse recurso seja explorado com maior adesão por parte do Poder Judiciário, algo que pode ser implementado não somente em Atos Normativos, como também em mandados e decisões judiciais, e comunicações em geral.

Assim, mesmo reconhecendo a urgência de estabelecer novos marcos comunicativos

entre sentenças e as partes, e a importância do visual nesse processo, tratamos da imagem enquanto representação do objeto e não do objeto em si em essência. Tais representações imagéticas precisam ser estabelecidas com cuidado no sentido de conferir sentido comunicativo que faça da mensagem algo a ser entendido de maneira eficaz pelo receptor.

Esse cuidado precisa ser norteado por apropriações conceituais precisas e um conhecimento prévio de uma etnografia da comunicação que atravesse os sujeitos envolvidos. Abre-se campo para um novo rol de pesquisas a serem realizadas no intuito de aprimorar e contribuir com o tema.

REFERÊNCIAS

ARBEX, Gabriela. **O que é design thinking? Um guia completo sobre design thinking. Aprende aí.** 2019. Disponível em: <https://aprendeai.com/negocios/o-que-e-design-thinking/>. Acesso em: 08 jan. 2020.

BARBOSA, Helena. ‘Design Legal’ facilita o entendimento de atos na justiça maranhense. Portal do Poder Judiciário do Estado do Maranhão, 2022. Disponível em: <https://www.tjma.jus.br/midia/portal/noticia/506389>. Acesso em: 18 de maio de 2022.

BORTONI-RICARDO, Stella Maris. Manual de sociolinguística. São Paulo: Contexto, 2014.

BRASÍLIA. **Resolução 347 de 13 de outubro de 2020.** Dispõe sobre a Política de Governança das Contratações Públicas no Poder Judiciário. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3518> Acesso em: 22 mai. 2022. **Resolução 85 de 08 de setembro de 2009.** Dispõe sobre a Comunicação Social no âmbito do Poder Judiciário. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/98>. Acesso em: 22 mai. 2022.

Brown, Tim. **Change by design: how design thinking transforms organizations and inspires innovation.** 2ª Ed. New York: HarperCollins Publishers, 2019.

CHAGAS ROSA, Jorge. **O legal design e a *Visual law* no universo jurídico,** 2021. Disponível em: <https://br.lexlatin.com/opiniao/o-legal-design-e-visual-law-no-universo-juridico>. Acesso em: 22 mai. 2022.

CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. Resolução nº 347, de 31 de outubro de 2020. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3518>. Acesso em: 18 de maio de 2022.

DUTRA, Rian. **O Que É Design e Como o Designer Pensa.** Designer. 2018. Disponível em: <http://designr.com.br/o-que-e-design-e-como-o-designer-pensa/>. Acesso em: 22. Mai. 2022.

HAGAN, Margaret. Law by Design. Disponível em: <https://lawbydesign.co/>. Acesso em: 12 de maio de 2022.

HESKETT, J. **Design**. São Paulo: Ática, 2008.

HOLTZ, Ana Paula Ulandovski. **O que é legal design?** [S.I.]. 17 maio 2019. Disponível em: <[linkedin.com/pulse/o- que-%C3%A9-legal-design-ana-paula-ulandovski-holtz/](https://www.linkedin.com/pulse/o-que-%C3%A9-legal-design-ana-paula-ulandovski-holtz/)>. Acesso em: 08 jan. 2020.

Inteligência artificial e tecnologias aplicadas ao direito III [Recurso eletrônico on-line] organização Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial: Skema Business School – Belo Horizonte. Coord. Coordenadores: Yuri Nathan da Costa Lannes, Rômulo Soares Valentini e Raquel Betty de Castro Pimenta – Belo Horizonte: Skema Business School, 2020. MAIA, Ana Carolina; NYBO, Erik Fontenete; CUNHA; Mayara. **Legal Design - Criando documentos que fazem sentido para o usuário**. São Paulo. Ed. Expressa, 2020.

MARANHÃO. **Tribunal de Justiça do Maranhão. Presidente Dutra adere ao *visual law* na comunicação de atos processuais**, 2020. Disponível em: <https://www.tjma.jus.br/midia/cgj/noticia/501498>. Acesso em: 22 mai. 2022.

MATTELART, Armand. **História das teorias da comunicação**. Edições Loyola, 2011.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação: como extensões do homem**. Editora Cultrix, 1974.

MELO, Jairo. **Inteligência artificial: uma realidade no Poder Judiciário. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios**, 2020. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/campanhas-e-produtos/artigos-discursos-e-entrevistas/artigos/2020/inteligencia-artificial>. Acesso em: 18 de maio de 2022.

MÜLLER BROCKMANN, Josef et al. **Historia de la comunicación visual**. 1998.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. Tradução: José Manuel de Vasconcelos. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna Christina. **Introdução à linguística: domínios e fronteiras**. Cortez Editora, 2021.

OLIVEIRA, Sandra Regina Ramalho. **Imagem também se lê**. Rosari, 2006.

PRESGRAVE, Ana Beatriz et al. **Visual law: o design em prol do aprimoramento da advocacia**. Brasília; OAB Editora, 2021.

RIBEIRO, Ana Elisa. **Textos multimodais: leitura e produção**. São Paulo: Parábola Editorial, p. 31, 2016.

SILVA, Karla. Entrevista concedida a Aline Tinoco. Campos dos Goytacazes, RJ, 2022.

SIMON, H. A. **The science of artificial**. 3ª Ed. MIT Press. Cambridge, Massachusetts e London, England, 1996 [1969].