

ENTREVISTA

MARELISA BLANCO

LEGAL DESIGN



Techlu & Marelisa Blanco
Octubre 2023

01. QUÉ ES EL LEGAL DESIGN
02. FASES
03. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS
04. LENGUAJE SENCILLO
05. HABILIDADES Y UN CONSEJO



QUIÉN ES MARELISA BLANCO

Marelisa es una **abogada apasionada por la Propiedad Intelectual** que ha roto todos los esquemas en el clásico y protocolario mundo del derecho.

Con un pie en el mundo de las **leyes** y otro en el reino de la **creatividad**, Marelisa tiene el objetivo de hacer que el derecho sea comprensible y accesible para todos a través del **Visual Thinking** y el **Legal Design**.

Marelisa siempre ha dibujado y, en 2018, descubrió el poder del Legal Design, así que empezó a experimentar y a formarse en este ámbito.

Es decir, Marelisa es, como algunos le apodan, una “*Dibugada*” que hace sencillo lo complicado a través de métodos innovadores en **Akme**, su consultora visual de derecho.

Además, Marelisa es **profesora** en varias instituciones educativas y cautiva a la audiencia en las distintas conferencias a las que acude.

01

QUÉ ES EL LEGAL DESIGN

El Legal Design es una **disciplina creativa de resolución de problemas legales** que se basa, fundamentalmente, en los valores de la **empatía**, la **creatividad** y la **iteración**.

La importancia de esta metodología radica en **ubicar al usuario en el centro**. Es decir, el objetivo de llevar a cabo un proceso de Legal Design es que el usuario **entienda** verdaderamente el problema jurídico que se plantea y, a través de un proceso creativo y muy visual, llegar a una **solución** práctica y real.

En definitiva, el Legal Design consiste en hacer que **el derecho sea más accesible y sencillo**, empatizando con el cliente durante todo el proceso.

“

El Legal Design es un laboratorio donde puedes jugar y comprender mejor al cliente.

”

Marelisa, ¿qué es para ti el Legal Design?

“Para mí, el Legal Design es **jugar**. Es como un laboratorio lleno de piezas y materiales donde puedes extraer información. En este laboratorio, juegas con materiales, texturas y herramientas, haciendo preguntas y contagiando al cliente para que se una a este juego.

El proceso es una experimentación desde una perspectiva legal donde el derecho es la estrella polar que guía todo, **el derecho es el eje central**.

Durante el proceso **la experiencia del usuario es crucial**, ya que todo se desglosa paso a paso. En el fondo, el Legal Design no deja de ser un servicio de consultoría, pero la verdadera diferencia radica en las **herramientas** y cómo se aplican en comparación con el proceso tradicional de hacer preguntas y mantener reuniones con el cliente”.

Al tratarse de un método tan disruptivo de ejercer el derecho, ¿cómo es el proceso de captación de clientes y qué barreras sueles encontrar?

“Las **redes sociales** son un canal fundamental para captar clientes que quieren emprender un proceso de Legal Design para resolver sus problemas jurídicos.

En mi caso, atraigo a un sector de personas muy específico y con las que tengo mucha afinidad y cosas en común, así que no suelen resistirse a la hora de emplear técnicas de Legal Design.

Además, a los clientes **les encanta ver dibujar en directo** y, al ser normalmente clientes del sector de la Propiedad Intelectual, **se sienten identificados y disfrutan mucho del proceso**”.

“

Siempre me han gustado las tintas. Dibujar me permite visualizar y comunicar el derecho de manera diferente. De esta forma, puedo romper con la presunción de complejidad, ser más amable con el cliente y establecer una conexión mayor.

”

02

FASES

Esta disciplina se divide en distintas fases que permiten entender al cliente y alcanzar un resultado óptimo:

1. **Descubrir y empatizar.** Hallar los datos cuantitativos y cualitativos del problema así como todos los sujetos implicados permite entender mejor el reto.
2. **Definir y entender.** Hay que empatizar con los sentimientos del usuario y procesar toda la información recibida.
3. **Idear.** Es importante generar muchas ideas para alcanzar una solución novedosa y original. No importa tanto la calidad sino la cantidad de las ideas.
4. **Prototipar.** Las ideas deben transformarse en acciones. No se trata de encontrar la solución en este momento, sino de visualizar de manera práctica las ideas aportadas.
5. **Testar e iterar.** En este punto se prueba con el cliente las soluciones a las que se ha llegado, se obtiene su feedback y se hacen las modificaciones necesarias para obtener el resultado final.

“

El Legal Design tiene que ser un proceso ordenado y limpio. Hay que ponerse en la piel del cliente y no juzgar.

”

02

¿Cuál es la fase más importante o que requiere más esfuerzo?

“En esta metodología el momento clave es el de **empatizar y definir**. Esta es la fase de oro, es el petróleo del Legal Design. Hay que plantearse todos los escenarios posibles y valorar el cambio de circunstancias durante el proceso.

A veces el cliente viene con una idea o preocupación concreta pero, cuando investigas a fondo su problema, las relaciones con las otras partes o los riesgos, entiendes que el problema trasciende más allá de esa conversación original. Por ello hay que **plantear al cliente situaciones hipotéticas**.

La fase de **ideación y prototipado** también es fundamental. En este punto hay que saber adaptarse a la situación, cliente, recursos y canales con los que se cuenta en cada caso en concreto”.

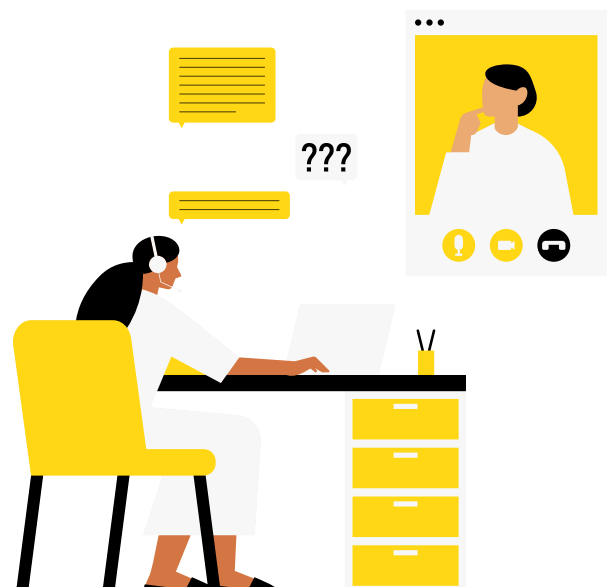
¿Sueles tener muchos procesos de iteración cuando recibes el feedback del cliente tras los primeros diseños?

“Lo más importante en un proceso donde se aplica el Legal Design es la **comunicación**, que tiene que ser constante. Ésta es fundamental para trabajar de manera efectiva en todas las fases del proceso.

Hay que dedicar al cliente las horas que haga falta para que éste entienda a la perfección **qué estamos haciendo y por qué lo hacemos así**. No sirve de nada hacer el trabajo técnico y ya está, sino que se trata también de una función educacional para enseñar al cliente a **defender** el problema, de manera que sea **autónomo** y capaz de solucionarlo él mismo en el futuro.

Por lo tanto, cuanta más comunicación y transparencia exista durante el proceso menos rectificaciones, cambios o mejoras de prototipado habrá que hacer.

En mi caso, siempre hablo mucho con el cliente, así que consigo no tener muchos procesos de iteración”.



03

TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS

En el Legal Design suelen emplearse distintas técnicas y herramientas que varían según la fase del proceso. Esto permite **generar muchas ideas originales y creativas** para diseñar y rediseñar los productos y servicios.

Además, esta metodología facilita la **comunicación** con el cliente y la **participación** de todos los sujetos implicados.

Existen un sinnúmero de técnicas y herramientas, como los mapas de actores, estudios de mercado, entrevistas y encuestas, análisis DAFO o modelo canvas, mapas mentales o de empatía, brainstorming, story boards, infografías, play rolls, etc. La cuestión es **adaptar** estas herramientas a cada proceso y cliente en concreto.

“

Utilizo herramientas con las que pueda reflejar la voluntad de las partes y ayudar a que el cliente tome decisiones informadas que luego sea capaz de defender.

”

03

¿Qué técnicas y herramientas sueles utilizar más y te funcionan mejor?

“Utilizo cualquier herramienta que esté en mi mano. Aunque a veces me gustaría hacer cosas super innovadoras, al final el cliente lo que quiere es un **documento claro y bien definido, con letra legible, lenguaje claro** y todo correctamente estructurado. Por eso, a veces tengo que prescindir un poco del diseño gráfico en este sentido.

Me gustan mucho las **preguntas** y la **paráfrasis**. Las preguntas ayudan a tener una visión muy amplia del problema. Tienen que ser **preguntas abiertas**, que hagan charlar al cliente y que permitan formular hipótesis.

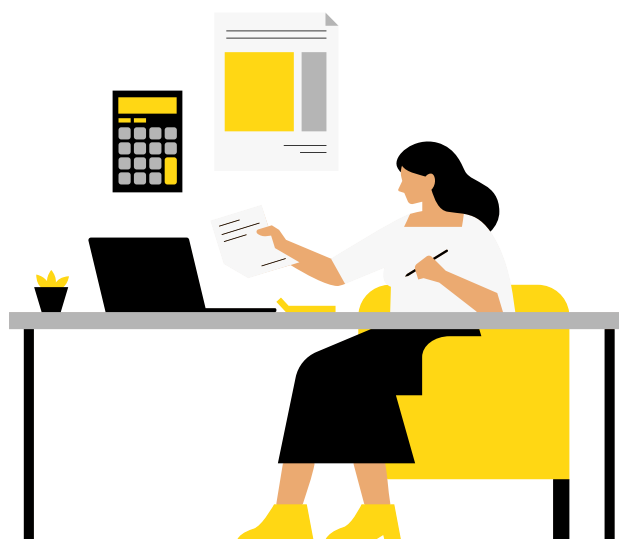
La paráfrasis, por su lado, es un buen método para comprobar que **he entendido bien al cliente** y que lo que se plasma en el resultado final es el objetivo que se perseguía.

También es una buena manera de **enseñar** al cliente y hacerles entender cuáles son las traducciones y términos jurídicos de los problemas que ellos plantean en un lenguaje coloquial.

Por lo demás, suelo utilizar **herramientas visuales** como Miro porque me permiten identificar claramente el nicho, el *target* y el *customer journey*. También hago muchos *roll plays* y uso la técnica de los 5 sombreros.

Además, suelo **dibujar** mucho durante las reuniones con el cliente, me ayuda a entender mejor el problema y hacer un esquema de quién está involucrado en el proceso desde el primer momento.

Al final, se trata de reflejar la voluntad de las partes y que éstas entiendan conscientemente qué es lo que está sucediendo. Hay que buscar la forma de que el cliente tome **decisiones informadas** y que luego sea capaz de defender por sí mismo.”



LENGUAJE SENCILLO

El pasado junio se publicó la **ISO 24495-1:2023 sobre el lenguaje claro**. Este documento establece los principios rectores y las directrices para desarrollar documentos en lenguaje sencillo.

No se limita a un ámbito en concreto, sino que el texto se dirige a cualquiera que elabore o ayude a crear documentos destinados al público en general. No obstante, las directrices también se aplican, por ejemplo, a la redacción técnica, la redacción legislativa o el uso de lenguajes controlados.

En la ISO se recoge que para que un texto sea claro éste tiene que ser: **relevante** (identificar al lector, contexto y propósito); **localizable** (el lector debe poder encontrar con facilidad la información que necesita); **entendible** (vocabulario usual, claro, conciso y adaptado); **utilizable** (el documento cumplirá con su propósito y el usuario podrá utilizarlo para los fines para los que fue redactado).

“

El legislador romano tendría que haber entendido desde el principio cómo se comunicaba su pueblo. Esto le habría permitido hacer las leyes adaptadas a la realidad y al lenguaje de la sociedad, en vez de adaptadas al lenguaje del legislador.

”

¿Qué opinas sobre la ISO del lenguaje claro? ¿Crees que supone un avance y que estos principios se van a aplicar en la práctica en el sector legal?

“El lenguaje claro es una pieza fundamental para el **derecho**, que, en última instancia, está **diseñado para las personas**. Por ello, creo que alejarse de algún modo del estilo jurídico romano (que funciona como barrera de entrada) resultaría útil para poder llegar a un público más amplio.

Seguir los principios del lenguaje sencillo, que eliminan estas barreras de entrada al conocimiento legal, es una práctica excelente. Esto implica comprender a fondo el lenguaje, adaptarse al cliente y **escribir de manera accesible**.

La comunicación clara, que se basa en estructuras simples como **sujeto, verbo y predicado**, construye relaciones más efectivas con las personas y los clientes. Ambas partes tienen un interés en utilizar un lenguaje claro, ya que genera confianza y cercanía, eliminando problemas de comunicación.

Por lo tanto, **iniciativas** tales como la ISO de la que hablamos son **cruciales** para establecer **relaciones bidireccionales efectivas**”.



05

HABILIDADES Y UN CONSEJO

Por último, Marelisa nos cuenta cuáles son para ella las **competencias esenciales** que debe desarrollar todo aquel que quiera desenvolverse en el ámbito del Legal Design y nos comparte algunas **recomendaciones**.



“

Tener una libreta a mano siempre viene bien. De esta forma, anotas las cosas y no tienes que empezar de 0, sólo tienes que retomar lo que ya habías avanzado, lo que ya habías escrito antes.

”

¿Cuáles son las 3 características esenciales que debe tener un profesional que desea trabajar en Legal Design?

“Para mi, las tres características clave son la **flexibilidad**, la **comunicación** y la **curiosidad**.”

Es importante que aquel que quiera implementar el Legal Design en su estrategia sea una persona muy flexible y que **se adapte** a cualquier circunstancia.

Además, tiene que saber comunicarse porque hay que tener mucho **tacto** y hay que saber decir las cosas con mucha **empatía y elegancia**. Las dotes de **negociación** y la capacidad de saber transmitir ciertas ideas que pueden resultar incómodas, es esencial.

En cuanto a la curiosidad, pienso que para dedicarse al Legal Design hay que saber **hacer muchas preguntas** para no quedarte sólo con tu versión y para evitar convertir el problema en un *teléfono escacharrado*”.

Para terminar, ¿qué consejo darías a un profesional que quiere utilizar el Legal Design en su trabajo?

“Mi consejo es **callarse, observar y escuchar**.”

Sólo hay que hablar para hacer preguntas y sacar información, no para lucirte como profesional. No puedes proporcionar soluciones si estás hablando, interrumpiendo y evitando que tu cliente pueda expresarse.

Si guardas silencio y prestas atención, podrás empatizar y definir lo que verdaderamente necesita el cliente. A partir de ahí, ya pues realizar tu trabajo y diseñar las soluciones.

No hace falta utilizar herramientas visuales ni nada por el estilo, **basta con que el cliente se sienta escuchado**.

Todo lo demás es prueba, error y divertirse”.