

---

**ADiM BLOG**  
**Dicembre 2021**  
**ANALISI & OPINIONI**

---

*Migrazione, traduzione giuridica, legal design: canali non verbali di  
comunicazione giuridica finalizzati all'integrazione\**

***Olimpia Giuliana Loddo***

Borsista di ricerca  
Università di Cagliari – Normactivity

***Parole Chiave***

*Traduzione intersemiotica giuridica – Comunicazione giuridica –  
Legal design – Integrazione – Migrazioni*

***Abstract***

*L'uso di sistemi semiotici non verbali (immagini, fumetti, schemi) nell'ambito della comunicazione giuridica può rappresentare un importante strumento per agevolare l'accesso e la comprensione delle informazioni giuridiche. Gli studi delle strategie di comunicazione giuridica non verbale si intrecciano col filone di ricerca del legal design. Tra i potenziali fruitori di queste forme di comunicazione giuridica vi sono, sicuramente, i migranti, i richiedenti asilo, i rifugiati e altri soggetti costretti per varie ragioni ad interagire con un sistema giuridico straniero per questioni concernenti aspetti fondamentali della loro vita (istruzione, salute, lavoro, sicurezza). Indubbiamente, tali soggetti potrebbero trarre profitto dall'uso nella comunicazione giuridica di sistemi semiotici meno connessi alla dimensione nazionale rispetto al sistema linguistico-verbale. In questo senso, nell'ambito del diritto delle migrazioni, è auspicabile un uso oculato di tali strategie di comunicazione e diffusione delle informazioni giuridiche.*

---

\* Il presente articolo è stato redatto nell'ambito del progetto "Legal Acts, Images, Institutions (LAI). The Form of the Act in the Era of Legal Design" finanziato dalla Fondazione Sardegna nel 2019.

## 1. Introduzione

Il linguaggio verbale non è l'unico possibile canale di comunicazione giuridica. Questo fatto emerge nella quotidianità: negli aeroporti, nelle stazioni, nelle strade, nei locali pubblici o negli ambienti digitali ci imbattiamo continuamente in forme di comunicazione non-verbale che sono destinate ad agevolare e velocizzare la comprensione di un messaggio normativo (si pensi, ad esempio, ai segnali tattili destinati ai sordi o a quelli acustici destinati ai ciechi, ai segnali stradali, alle icone presenti nelle diverse forme di segnaletica nei locali pubblici, nelle piattaforme web istituzionali). Sia chi viaggia sul web, sia chi viaggia per mare o per terra deve essere in grado di capire velocemente e agevolmente cosa può o non può fare.

I canali non-verbali possono divenire vettori di comunicazione normativa.

Chiaramente la complessità del linguaggio giuridico non può essere integralmente ridotta a forme di comunicazione non-verbale. Tuttavia, le immagini, i disegni, gli schemi, le animazioni possono rappresentare un utile strumento per agevolare la comprensione di un messaggio giuridico, rendendolo accessibile anche a soggetti provenienti da contesti giuridici e linguistici differenti.

Ad esempio, il sistema dei segnali stradali era stato introdotto proprio per garantire ai viaggiatori di percorrere in sicurezza, nel rispetto delle norme vigenti, le strade di paesi stranieri dei quali non condividevano la lingua.

Gli stranieri, invero, sono tra i principali fruitori di queste forme di comunicazione giuridica, poiché, spesso, oltre a non conoscere gli istituti giuridici che regolano la vita del paese dove si trovano, non condividono la stessa lingua madre del legislatore.

La tematica della comunicazione giuridica verso gli stranieri ha attratto l'interesse degli studiosi del *legal design*. Il *legal design* è una applicazione alla comunicazione giuridica dello *human-centred design*, ovvero di quel processo di progettazione incentrato sulle caratteristiche naturali e culturali del destinatario e, più in generale, sulle peculiarità della psicologia e della percezione umana. In altri termini, per *human-centred design* si intende una forma di progettazione che corrisponde alle esigenze e alle capacità del potenziale destinatario.

Chiaramente, nel caso del *legal design*, l'attenzione è rivolta al potenziale fruitore del messaggio giuridico, ed in particolare a quello più fragile sotto il profilo della comunicazione.

Questo porta alla scelta di un canale di comunicazione che consente al destinatario una piena (o una migliore) comprensione del messaggio. Un segno individuato dalle convenzioni internazionali, come, ad esempio, un segnale di divieto, o che è stato spontaneamente condiviso attraverso canali culturali internazionali (fumetti, cinema, disegni animati, musica) potrà essere più agevolmente compreso da uno straniero rispetto ad un'espressione verbale che è nota solo nell'ambito di una specifica comunità linguistica o che sia riconducibile ad un

linguaggio tecnico noto solo a pochi esperti.

## **2. Comunicazione giuridica in immagini rivolta agli stranieri: alcuni esempi.**

La comunicazione giuridica attraverso l'utilizzo di canali semiotici complementari al linguaggio verbale, si arricchisce di nuovi strumenti, volti ad abbattere le barriere linguistiche che spesso sono il presupposto di quelle giuridiche e di quelle culturali.

In questo senso, gli stranieri sono i principali beneficiari dell'adozione di queste strategie di comunicazione giuridica incentrate sul destinatario.

I canali non-verbali di comunicazione possono avere ad oggetto sia i diritti sia i doveri degli stranieri che per varie ragioni e partendo da diversi *status* (immigrato, richiedente asilo, rifugiato, apolide, etc.) si apprestano a intraprendere un percorso (temporaneo o definitivo) di integrazione e inserimento in un nuovo Stato.

I canali di comunicazione non-verbale (o solo parzialmente verbale), ad esempio, possono illustrare degli istituti dei quali gli stranieri si possono avvalere, possono aiutarli a difendersi da possibili truffe, possono agevolare l'inserimento in uno specifico contesto lavorativo nel paese che li ospita. Talora, per uno straniero può essere fondamentale anche solo sapere che un particolare istituto sia vigente nel paese che lo ospita.

Per chiarire meglio le potenzialità del *legal design* e, in particolare, di alcune forme di adattamento dei testi giuridici al linguaggio visivo nella comunicazione con gli stranieri possiamo esaminare alcuni esempi.

### *2.1. Il Progetto Know your Rights. Visual Guide for Syrian Refugees.*

Un primo esempio è il progetto "Know your rights", realizzato dall'associazione *MADRE e dalla CUNY school of Law*. Il progetto si rivolge principalmente ai rifugiati siriani che si spostano verso Libano, Turchia e Giordania.

Indubbiamente, i problemi che ci vengono in mente quando parliamo di rifugiati sono legati alla guerra e alla necessità di vedere soddisfatti bisogni elementari come la sicurezza o il cibo. Tuttavia, un gran numero di donne e bambini rifugiati non è identificato e la mancanza di identificazione rende difficile per costoro l'accesso ai servizi essenziali attraverso i canali ufficiali. I rifugiati, spesso, non registrano matrimoni e non denunciano le nascite che avvengono nei paesi ospitanti, nonostante tali adempimenti siano necessari ai fini dell'accesso a particolari benefici e del riconoscimento di particolari diritti.

Per affrontare questo problema, l'associazione *MADRE* e la *CUNY Law School* hanno collaborato per progettare e pubblicare una guida illustrata volta ad informare i rifugiati sull'importanza della registrazione delle nascite e dei matrimoni e fornire informazioni sulle risorse disponibili a livello locale.

## 2.2. *Anti-fraud comics. Fumetti per proteggere i migranti dalle frodi.*

L'Immigrant Legal Resource Center (ILRC), un centro dedicato a fornire informazioni e supporto legale ai migranti, ha realizzato dei fumetti per informare sui pericoli delle frodi in materia di immigrazione. Gli [anti-fraud comics](#) forniscono alle persone informazioni al fine di consentire loro di evitare alcuni dei tipi più comuni di truffe (*scam*) perpetrate ai danni dei migranti. Si tratta di truffe che si basano prevalentemente su false credenze sul diritto delle migrazioni statunitense. I truffatori da un lato contribuiscono a diffondere false informazioni, dall'altro sfruttano alcuni aspetti della normativa statunitense, ad esempio, innescando una procedura di deportazione dei migranti che, di fatto, impedisce alle vittime di reagire efficacemente contro il truffatore. La versione in lingua spagnola (e la sua traduzione in inglese) descrive "*The 10 Year Benefit/Cancellation of Removal Scam*" e "*the New Amnesty Scam*", mentre la versione cinese (e la sua traduzione in inglese) descrive la "truffa sulla certificazione del lavoro", e la "truffa della rinuncia alla disabilità per la naturalizzazione". I protagonisti di questi depliant a fumetti sono migranti irregolari che percorrono le varie fasi delle truffe e, in conclusione, si rendono conto dell'inganno grazie al supporto di giuristi che chiariscono il reale quadro normativo.

## 2.3. *Fumetti e illustrazioni per favorire l'inserimento lavorativo dei lavoratori stranieri.*

*Comic contract.* Una pratica concernente l'uso di immagini in ambito giuridico, dalla quale i lavoratori migranti traggono vantaggi in termini di comprensione dei propri diritti, sono i contratti di lavoro a fumetti (i c.d. *comic contract*). Tali forme contrattuali sono uno dei prodotti più innovativi del *legal design*.

In questo caso il fumetto non si limita ad illustrare una norma già esistente, ma ha valore di un vero e proprio contratto. Il contratto a fumetti è firmato dalle parti ed è vincolante esattamente come un contratto tradizionale. Tra gli esempi più noti di contratti a fumetti ricordo quelli realizzati dall'avvocato sudafricano Robert De Roy, fondatore della società [Creative contracts](#). De Roy, collaborando con un disegnatore professionista, realizzò un contratto regolante gli aspetti fondamentali del rapporto di lavoro (mansioni, orari, retribuzione, modalità di esecuzione della prestazione lavorativa).

*Ventor Power.* Negli studi sul *legal design* è menzionato il progetto [Ventor Power](#), realizzato dal designer Candy Chang. Si tratta di un progetto che non riguarda specificamente il diritto delle migrazioni, ma è rivolto prevalentemente ai lavoratori stranieri che, nell'intraprendere l'attività di venditore ambulante, incontrano gravi difficoltà, anche a causa delle barriere linguistiche e culturali. Il fine del progetto è quello di informare i venditori sulle norme che regolano questo particolare tipo di commercio nella città di New York. I destinatari del *depliant* sono, quindi, gli oltre 10.000 venditori ambulanti che operano a New York.

Nell'ambito del The Street Vendor Project, Chang ha collaborato con il Center for Urban Pedagogy per la realizzazione di una guida per i venditori ambulanti di New York. I venditori ambulanti, pur appartenendo a fasce di reddito spesso ai limiti dell'indigenza subiscono delle sanzioni pecuniarie piuttosto onerose. In base a quanto si afferma nella pagina di descrizione del progetto, le violazioni sanzionate sono talora determinate da una mancata conoscenza della normativa vigente.

Candy Chang ha tradotto in forma grafica (tramite fumetti e diagrammi) le regole più comunemente violate. Oltre alla versione inglese il *depliant* è stato tradotto nelle lingue più diffuse tra i lavoratori stranieri (arabo, bengalese, cinese, e spagnolo). Inoltre, la guida racconta brevemente la storia del commercio ambulante a New York e le storie personali dei venditori. Infine, gli autori del *depliant* formulano considerazioni e proposte per una riforma della regolamentazione del commercio di strada.

#### 2.4. *Teching about Refugees: l'esempio dell'UNHCR.*

L'uso delle immagini nella comunicazione giuridica è un potente strumento di divulgazione di informazioni circa le peculiarità dello *status* degli stranieri sul piano del diritto internazionale. In questo senso, le attività di divulgazione condotte dall'UNHCR sono un interessante esempio. Nell'ambito del progetto [Teching about Refugees](#), l'UNHCR ha realizzato una serie di cortometraggi animati a carattere divulgativo, finalizzati a chiarire le peculiarità e le differenze relative allo status dei rifugiati, dei richiedenti asilo, dei migranti e degli apolidi. I cortometraggi possono essere visualizzati nel [canale Youtube dell'UNHCR](#) ed espongono gli elementi essenziali della normativa internazionale e le fondamentali differenze tra i quattro diversi status.

#### **4. Conclusioni. Disegnare norme nel bene e nel male: un mero strumento**

Se l'idea di utilizzare un canale di comunicazione diffuso può prestarsi a favorire l'integrazione, attraverso l'abbattimento delle barriere linguistiche, il contenuto della norma non è determinato dalla sua forma di rappresentazione. L'uso delle immagini in ambito giuridico non è necessariamente volto a favorire l'integrazione. Pare chiaro che una norma discriminatoria, anche se rappresentata tramite fumetti, non muta la sua natura. Sono tristemente celebri, in questo senso, le rappresentazioni a fumetti (pubblicate nella rivista "[La difesa della razza](#)") delle norme imposte dalle leggi razziali entrate in vigore in Italia nel 1938. Dunque, il carattere inclusivo della rappresentazione grafica di norme concerne la dimensione comunicativa.

Tuttavia, non si può escludere a priori che anche una rappresentazione grafica di norme meramente descrittiva, oltre a chiarire la disciplina di un particolare istituto, possa incentivare la sua applicazione rafforzandone la forza vincolante e l'efficacia o, al contrario, nascondere un intento critico e riformatore. In quest'ultimo caso, ad esempio, l'autore della rappresentazione a fumetti di

un testo normativo può decidere di illustrare gli effetti perversi di una norma e mettere in evidenza quelle che ritiene siano le problematiche emergenti e le criticità di un istituto. In questo modo, contribuirebbe (sia pure indirettamente) ad influenzare l'opinione pubblica e favorirebbe un'eventuale riforma da parte del legislatore.

## APPROFONDIMENTI

### Dottrina:

– C. R. BRUNSCHWIG, *Visual Law and Legal Design: Questions and Tentative Answers*, in *Jusletter-IT*, 2021. DOI: [10.38023/8B70BB88-DE0C-4034-A54C-68409BB9549E](https://doi.org/10.38023/8B70BB88-DE0C-4034-A54C-68409BB9549E)

B. DE MURO, M. IMPERIALE, *Legal Design. Come il design può semplificare il diritto*, Milano, Giuffrè, 2021.

– H. HAAPIO, *Contract Clarity and Usability through Visualization*, in F.T. MARCHESE, E. BANISSI (a cura di) *Knowledge Visualization Currents*, London, Springer, 2012. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-1-4471-4303-1\\_4](https://doi.org/10.1007/978-1-4471-4303-1_4)

– H. HAAPIO, D. PLEWE, R. DE ROOY, 2017. *Contract Continuum: From Text to Images, Comics, and Code*, in E. SCHWEIGHOFER (a cura di), *Trends and Communities of Legal Informatics. Proceedings of the 20<sup>th</sup> International Legal Informatics Symposium IRIS 2017*. Österreichische Computer Gesellschaft, Wien, 2017, pp. 411-418. DOI: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2928604>

– M. HAGAN, *Law by Design*. <https://lawbydesign.co/>

– M. KRAMPEN, *Icons of the Road*, in *Semiotica*, 43/1983, pp. 1-204. DOI: <https://doi.org/10.1515/semi.1983.43.1-2.1>

– O. LODDO, *The Background of Normative Pictures*, in *Archiv für Rechts-und Sozialphilosophie*, 4/2020: pp. 563-583. DOI: <https://doi.org/10.25162/arsp-2020-0023>

– G. LORINI, *La norma disegnata*, in P. LECIS, P. SALIS, V. BUSACCHI (a cura di), *Realtà, verità e rappresentazione*, Milano, FrancoAngeli, 2015, pp. 341-350.

– G. LORINI, S. MORONI, *How to Make Norms with Drawings*, *Semiotica*, 233/2020, pp. 55-76. DOI: <https://doi.org/10.1515/sem-2018-0062>

– M. MURRAY, *Cartoon Contracts and the Proactive Visualization of Law*, *University of Massachusetts Law Review*, 2020. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3502568>

– D. NORMAN, *The Design of Everyday Things*, New York: Basic Book 2013.

– M. SIFITOPOULOU, *Understanding Migration through Translating the Multimodal code*, in *Journal of Pragmatics* 170/2020, pp. 284–300. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2020.09.020>

**Per citare questo contributo:** O.G. LODDO, *Migrazione, traduzione giuridica, legal design: canali non-verbali di comunicazione giuridica finalizzati all'integrazione*, ADiM Blog, Analisi & Opinioni, Dicembre, 2021.