

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

ISSN-e: 2695-5725 • ISSN: 1576-4192 • Número 23 • Vol. II • Año 2023 • pp. 1-27

La comunicación clara en la redacción de contratos de contenidos y servicios digitales: marco jurídico español y propuesta de contrato marco

Kenneth Jordan Núñez
Universidad Pompeu Fabra
Universitat Oberta de Catalunya
Escola Universitària Mediterrani (España)
kenneth.jordan@upf.edu

Recibido 05/11/23 • Aceptado 11/12/23 • Publicado 22/12/23

Cómo citar este artículo: Jordan-Núñez, K. (2023). La comunicación clara en la redacción de contratos de contenidos y servicios digitales: marco jurídico español y propuesta de contrato marco, *Sphera Publica*, núm. 23, vol. 2, 1-27.

Resumen

Este artículo aborda la importancia de los principios de la comunicación clara en la legislación que regula los contratos con consumidores y usuarios, así como los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales. Se destaca la importancia de cumplir con la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCU) y la Directiva 2019/700/UE. El trabajo se centra en analizar el lenguaje jurídico y los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales, identificando errores comunes en la redacción y edición. Como resultado, se propone un contrato marco que cumple con los principios de comunicación clara y se adapta a las necesidades de todos los consumidores, incluyendo los más vulnerables.

Palabras Clave: comunicación clara, contrato, contenido digital, servicios digitales, marco jurídico

The principles of plain language in contracts of digital content and digital services – Spanish legal framework and proposal for a master contract

Kenneth Jordan Núñez
Pompeu Fabra University
Universitat Oberta de Catalunya
Escola Universitària Mediterrani (Spain)
kenneth.jordan@upf.edu

Received 05/11/23 • Accepted 11/12/23 • Published 22/12/23

How to reference this paper: Jordan-Núñez, K. (2023). La comunicación clara en la redacción de contratos de contenidos y servicios digitales: marco jurídico español y propuesta de contrato marco, *Sphera Publica*, núm. 23, vol. 2, 1-27.

Abstract

This article addresses the importance of the principles of clear communication or plain language in the law that regulates contracts with consumers and users, as well as contracts for the supply of digital content and services. These principles guarantee the right of consumers to receive clear, truthful, and complete information about contracts, especially relevant for vulnerable consumers. The importance of complying with the *Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios* (LGDCU) (the general statute for the defense of consumers and users) and Directive (EU) 2019/770 is highlighted. The article focuses on analyzing legal language and contracts for the supply of digital content and services, identifying common errors in writing and editing. As a result, a master contract is proposed that complies with the principles of clear communication and adapts to the needs of all consumers, including the most vulnerable.

Keywords: plain language, supply contract, digital content, digital services, legal framework

Introducción

Los principios de la comunicación clara son los que rigen y se recogen en la legislación que regula los contratos con consumidores y usuarios, y los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales. Además, estos principios son los que garantizan el derecho de los consumidores y usuarios a recibir de forma clara y comprensible la información relevante, veraz y suficiente sobre las características de dichos contratos y sobre sus condiciones jurídicas y económicas de acuerdo con la legislación española y europea en esta materia, esto es, la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCU) y la Directiva 2019/700/UE. Sin embargo, la comprensión, la veracidad y la suficiencia de los términos en los que se suministra dicha información son especialmente importantes cuando se trata de personas consumidoras vulnerables y debe garantizarse, en su caso y en virtud del art. 60 de la LGDCU, la asistencia necesaria para permitir una toma de decisiones óptimas para sus intereses.

El presente trabajo aborda, por tanto, la comunicación clara como derecho y su necesaria aplicación a los lenguajes especializados (concretamente, el lenguaje jurídico), y se centra en el contrato de suministro de contenidos y servicios digitales como instrumento jurídico especialmente susceptible a violaciones de derechos de información de consumidores y usuarios. Así, por un lado, analiza y describe el marco jurídico nacional y europeo que regula y garantiza estos derechos de información. Y, además, mediante el análisis de un corpus de contratos reales, describe los principales errores en términos de adecuación pragmática, redacción, léxico y edición. El trabajo acaba con una propuesta de contrato marco que se ajusta a los principios de la comunicación clara, y se adecua a las posibles necesidades y limitaciones de todos los consumidores y usuarios, incluidas las personas más vulnerables.

1. Marco teórico

1.1. La comunicación clara como derecho: origen y evolución conceptual

El concepto de ‘comunicación clara’ como derecho se recoge en *El derecho a entender. La comunicación clara, la mejor defensa de la ciudadanía* de Montolío y Tascón (2020), que, sin duda, constituye una obra de referencia en español de reciente publicación. Según los autores, la comunicación clara es, precisamente, «hacer fácil lo difícil con el fin de garantizar el derecho de las personas a entender». Los autores destacan el «derecho a entender»

como esencial para la participación ciudadana, la rendición de cuentas y la toma de decisiones informadas en un entorno democrático. Argumentan que la transparencia gubernamental y la comprensión pública son fundamentales, y apuntan que el avance tecnológico y la inclusión de la inteligencia artificial presentan retos y oportunidades en la comunicación clara en entornos digitales. Los autores proponen nueve pasos para mejorar la comunicación, incluyendo la planificación, edición de textos y diseño de contenido. Consideran que el «derecho a entender» es un derecho transversal que habilita otros derechos y es crucial para la calidad democrática y la confianza en el Gobierno. Asimismo, advierten que la falta de comunicación clara puede llevar a la indefensión de los ciudadanos, la exclusión y la corrupción, y subrayan la importancia de hacer que las acciones gubernamentales sean comprensibles para avanzar hacia una sociedad más democrática y accesible. En resumen, Montolío y Tascón (2020) abogan por el derecho a entender como un componente crucial de la democracia, y proporcionan herramientas y orientación para mejorar la comunicación y la transparencia en las interacciones entre el Gobierno y los ciudadanos.

El concepto de ‘comunicación clara’, en el contexto español, viene recogándose en diferentes trabajos publicados durante las últimas cuatro décadas. García Amado ya mostraba su preocupación por el lenguaje y el estilo de las leyes, y denunciaba que «las normas [deben] hacerse del modo más manejable y claro» (1994, 302). Para Moreso, por su parte, no cabía duda de que «el lenguaje de los juristas depende del lenguaje natural» (1996, p. 114). Y Calsamiglia (1986 y 1996), Atienza (1997) y Laporta (2004) también sugirieron hace algunos años elaborar una teoría que estudiara sistemáticamente los problemas del lenguaje en relación con los textos jurídicos.

En el contexto internacional, como describe Arenas Arias (2018), en Estados Unidos, ya el Gobierno de Nixon (1969-1974) ordenó a las principales agencias gubernamentales utilizar un lenguaje claro en los documentos públicos. Seguidamente, los Gobiernos de Jimmy Carter (1977-1981), Bill Clinton (1993-2001) y Barack Obama (2009-2017) hicieron lo propio. En la década de 1970, en Reino Unido, también se iniciaba la iniciativa de utilizar un lenguaje claro, impulsada por organizaciones sociales que protestaban frente a una información incomprensible que entregaba el Gobierno (Richardson, 2015). Y, mientras tanto, como explica Carretero (2018, p. 3), en la Unión Europea,

desde 2010 se publica un cuadernillo en todos los idiomas oficiales que es parte de un programa para redactar claramente, denominado “How to write clearly” (Richardson,

2015: 9). Aunque el avance en el ámbito europeo venga marcado por la necesidad de traducir los textos a las lenguas oficiales de los países miembros, “lo cierto es que sirve de muestra para apreciar las políticas de la UE, que, desde hace muchos años se han centrado —entre otros aspectos—, en la claridad del derecho.

De todo esto, que se veía reflejado en el ámbito práctico, político y administrativo, se venía hablando paralelamente en el ámbito académico y en la doctrina científica. No pueden dejar de mencionarse las publicaciones de Williams sobre lenguaje claro en el ámbito jurídico. En su primer trabajo (Williams, 2004), el autor destaca la complejidad de reformar el inglés jurídico y aborda las críticas del movimiento de la comunicación clara y el lenguaje claro por lo que respecta a la dificultad de comprensión de los textos jurídicos. El autor reconoce la justificación de simplificar el lenguaje para el ciudadano común, pero advierte de la necesidad de equilibrar la claridad con la precisión jurídica para no generar ambigüedad perjudicial. En el segundo (Williams, 2011), el autor destaca que el Reino Unido y EE. UU. han progresado más en la redacción en lenguaje claro que la Unión Europea y Naciones Unidas, y recalaca que, aunque es cierto que se ha debatido sobre el lenguaje claro en el seno de estas dos organizaciones, los avances son limitados. El autor justifica este hecho por la complejidad añadida de los organismos internacionales que trabajan con múltiples lenguas. Por último, menciona que, a pesar de la sensibilización en la redacción de las leyes, los abogados que trabajan en las empresas no se muestran igual de concienciados sobre la necesidad de utilizar un lenguaje claro.

Con todo lo anterior, se ha ido trazando, como apunta Arenas Arias (2018), todo un marco teórico y referencial que ha logrado la consolidación del lenguaje claro en los contextos legal, administrativo y judicial, como «una condición para que las personas puedan ejercer sus derechos fundamentales y, de esa forma, quieran y puedan participar de la vida política» (Poblete y Fuenzalida González, 2018, p. 124).

1.2. Los principios del lenguaje claro y la comunicación clara recogidos en las principales guías nacionales e internacionales

Es preciso definir los conceptos de ‘lenguaje claro’ y ‘comunicación clara’ que, si bien comparten el objetivo de hacer que la información sea comprensible y accesible, se centran en aspectos ligeramente diferentes. Con *lenguaje claro*, hacemos referencia específicamente a la manera en la que se estructuran y expresan las palabras y las frases; y, en este sentido, implica el uso de un vocabulario simple y de oraciones simples. El

lenguaje claro, por tanto, busca que el mensaje sea entendido fácilmente por un público amplio, incluyendo a aquellas personas con habilidades limitadas en lectura o comprensión. Sin embargo, cuando hablamos de *comunicación clara*, no hacemos referencia solo al léxico o a la sintaxis, sino que incluimos la estructura general del mensaje, la presentación visual, el diseño gráfico y otros elementos que contribuyen a transmitir la información de manera efectiva. La comunicación clara, por tanto, se preocupa no solo de las palabras y las frases, sino también de la forma en la que se organizan y presentan para facilitar la comprensión.

Existen muchas guías, manuales y documentos, elaborados por diferentes Administraciones y por organismos públicos y privados que recogen y abogan por los principios de la comunicación y el lenguaje claros. Estos documentos recogen, también, recomendaciones e instrucciones prácticas para la redacción de documentos.

En el contexto internacional, destacan las *Federal Plain Language Guidelines* de EE. UU. (2011), la guía canadiense del NWT Literacy Council (2015) o, más reciente y en lengua española, la del Laboratorio de Gobierno del Gobierno de Chile (2019). En el contexto europeo, existe la guía *Cómo escribir con claridad* de la Comisión Europea (2011), disponible en todas las lenguas oficiales de la Unión, para cuya elaboración se consultaron otros documentos publicados previamente por otros organismos europeos de ámbito nacional, como la del británico Cutts (2020), la del Ministerio belga de la Comunidad Francesa (2000), la de la Universidad de Padua (2002), la del *Bundesverwaltungsamt* o Ministerio Federal del Interior de Alemania (2002), la del *Justitiedepartementet* o Ministerio de Justicia sueco (2013), y la del *Kotimaisten kielten tutkimuskeskus* o Instituto de Lenguas de Finlandia (Kotus) (2006). Por último, en el contexto español, destacan los documentos elaborados por la Comisión de Modernización del Lenguaje Jurídico del Ministerio de Justicia (2016) y el de la Federación Española de Municipios y Provincias (2017), los elaborados por la Comunidad de Madrid (2017, 2019a y 2019b), el del Departamento de Derechos Sociales de la Generalitat de Catalunya (2022), los del Gobierno de Aragón (2021a y 2021b), el de la Vicepresidencia de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social de la Región de Murcia (2022), el del Ayuntamiento de Barcelona (2022), el de Agenda Urbana del Ayuntamiento de Barakaldo (2022), el de Instituto Lectura Fácil y Clarity (2017) y los de Prodigioso Volcán (2019, s.f.1 y s.f.2).

Es especialmente importante la reciente publicación de la norma ISO 24495 sobre lenguaje claro, que ofrece pautas generales para lograr una comunicación efectiva entre redactor y lector, aunque no está específicamente dirigida al sector jurídico. Esta norma internacional

se estructura en base a cuatro principios: relevancia, localización, comprensibilidad y utilidad. En otras palabras, antes de redactar, el autor debe identificar al lector y el propósito, considerando el contexto y eligiendo el formato adecuado. El texto, además, debe estructurarse para facilitar la ubicación de información, utilizando técnicas de diseño de información. Y, por último, el vocabulario empleado, lógicamente, debe ser claro, las frases concisas, y el tono adaptado. Esta norma destaca la importancia de evaluar la utilidad del documento y de recoger comentarios de los destinatarios. Y, aunque como se apuntaba, no sea específica para el ámbito que nos ocupa, se sugiere su aplicación a los textos jurídicos, ya que, en este sector, la falta de claridad en los documentos dificulta su utilidad sin la asistencia de un profesional.

En estos documentos, se describen los principios de la comunicación y el lenguaje claros. Así, la Comunidad de Madrid (2017), por ejemplo, relaciona el concepto de 'comunicación clara' con un interés por hacer que la información sea fácilmente comprensible, involucrando tanto el contenido como el diseño de los documentos. Según el Ayuntamiento de Madrid, la comunicación clara busca democratizar el acceso a la información y promover la eficacia, la eficiencia y la confianza del lector.

El Gobierno de Aragón (2021a) destaca que la comunicación clara implica un cambio de cultura en la Administración para satisfacer el derecho de la ciudadanía a entender. También enfatiza la importancia de un diálogo real, reorientar todas las áreas de la Administración y garantizar una transparencia efectiva. Asimismo, el Gobierno de Aragón (2021b) hace hincapié en que los textos dirigidos a la ciudadanía deben ser sencillos, utilizar un lenguaje claro y evitar tecnicismos. Por último, recomienda empatizar con el público y considerar el impacto de Internet en la lectura y escritura, y propone unas normas básicas, como una presentación ordenada y el uso de una tipografía legible.

El Ayuntamiento de Barcelona (2022) también aboga por el lenguaje claro, que, según la institución, se basa en un estilo de escritura simple y eficiente, con expresiones concisas y una estructura lingüística ordenada. Para esta institución, la comunicación clara debe permitir a los lectores comprender el texto en una primera lectura, y debe adaptarse a la situación y la audiencia. Según el Ayuntamiento de Barcelona, la comunicación clara se justifica ética y económicamente, y se caracteriza por una organización lógica de la información, el uso de títulos y subtítulos explícitos, el mejoramiento del diseño y la tipografía, la utilización de palabras comunes, frases y párrafos cortos, verbos en lugar de nominalizaciones, voz activa y forma afirmativa, y una correcta puntuación.

En definitiva, todas estas guías e instituciones promueven la comunicación clara y el lenguaje sencillo, lo que implica hacer que la información sea fácil de entender, involucrando contenido y diseño. Se busca democratizar el acceso a la información, promover la eficacia y la confianza del lector, además de garantizar la transparencia y empatizar con el público, adaptándose a la situación.

Sin embargo, la mayoría de estas propuestas se centran en el derecho administrativo, judicial o legislativo, y, por tanto, en la comunicación entre la Administración y los ciudadanos, y dejan de lado otros contextos comunicativos en los que estos últimos, como consumidores y usuarios, podrían no verse protegidos. En este trabajo, de ahí su relevancia, nos centramos en el contexto del derecho privado (esto es, documentos o contratos, que derivan de la legislación contractual) y, más concretamente, en el acto comunicativo en el que el emisor del mensaje es una empresa privada y el receptor, el consumidor y usuario que firma un contrato de suministro de contenidos y servicios digitales ofrecido y redactado por la primera.

Para este contexto particular, es especialmente interesante el informe de Prodigioso Volcán (2019), donde se hace hincapié en la importancia de la claridad y la transparencia en la comunicación, especialmente en el ámbito jurídico español y europeo. Este estudio enfatiza la necesidad de que los documentos legales, como los contratos, sean comprensibles para la ciudadanía, y presenta ejemplos de buenas prácticas que señalan posibles soluciones futuras. El enfoque principal del informe es precisamente la aplicación de los principios de la comunicación clara, respaldados¹ por herramientas de *legal design*, con la colaboración de expertos en derecho, lingüística, neurociencia y diseño. Este enfoque innovador, reconocido por *The Financial Times* como una de las prácticas legales más innovadoras en Europa, se considera una contribución esencial para garantizar el «derecho a entender» y, en particular, el «derecho a entender la información jurídica». Prodigioso Volcán (2029) aboga por que Gobiernos, plataformas y grandes operadores se involucren en esta tarea, ya que la sociedad no alcanzará su madurez mientras los ciudadanos no comprendan las reglas del juego legal. Se proporcionan varios ejemplos de casos resueltos por Prodigioso Volcán, y destaca un caso en el que se simplificó un contrato de servicios de IKEA Ibérica, mejorando la comprensión al adoptar un tono amable y cercano, reestructurando la

¹ El *legal design* fusiona derecho y diseño, haciendo que el lenguaje jurídico sea más comprensible para las personas. Esta metodología, derivada del *design thinking*, se ha implementado en diversas empresas y sectores, y ha conseguido mejorar la comunicación entre empresas, individuos y sus clientes, así como entre empleados (Prado Benítez, 2023).

información de manera lógica y utilizando recursos gráficos para facilitar la lectura. Este ejemplo, sin duda, ilustra cómo la comunicación clara y el *legal design* pueden hacer que los documentos legales sean más accesibles y comprensibles para el consumidor y usuario. No podemos dejar de mencionar el *Libro de estilo de la Justicia* de S. Muñoz (2017), que surge de la colaboración entre la RAE y el Consejo General del Poder Judicial, y que representa un paso más en la búsqueda de transparencia en el lenguaje jurídico (Prodigioso Volcán, 2019, p. 34). Y también es especialmente interesante el *Glosario jurídico en lenguaje claro* del Consejo de la Magistratura del Poder Judicial de la Ciudad de Buenos Aires (2017), que fue propuesto tras realizarse una encuesta que reveló que el 75 % de las personas encontraba incomprensible el lenguaje jurídico y que tuvo como resultado la creación de un glosario con los términos legales más comunes, para hacer el derecho más accesible a la ciudadanía.

1.3. El contrato de suministro de contenidos y servicios digitales: delimitación conceptual

El concepto de ‘contrato de suministro de contenidos y servicios digitales’ queda recogido en la Directiva (UE) 2019/770, de 20 de mayo de 2019, relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales, que lo define en su artículo 3.1 como «todo contrato en virtud del cual el empresario suministra o se compromete a suministrar contenidos o servicios digitales al consumidor y este paga o se compromete a pagar un precio».

El Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, no define directa y explícitamente este concepto concreto, pero sí define, en su artículo 1, los contratos con consumidores y usuarios como aquellos celebrados entre un consumidor o usuario y un empresario. Además, en su artículo 2, la norma establece que, en ausencia de disposiciones específicas en esta norma o en leyes especiales, los contratos con consumidores y usuarios se regirán por el derecho común aplicable a los contratos. Sin embargo, en el artículo 4, esta norma amplía el ámbito de aplicación de la ley para incluir contratos en los que el empresario suministra o se compromete a suministrar contenidos o servicios digitales al consumidor o usuario a cambio de datos personales, excepto cuando estos datos se utilicen exclusivamente para cumplir con los requisitos legales o el contrato de compraventa o servicios, sin otro propósito.

Por último, sí se menciona de forma directa el concepto de ‘contrato de suministro de contenidos y servicios digitales’ en la Ley 7/2021, de 20 de mayo, mediante la cual se llevó

a cabo la transposición de la Directiva europea y otras materias de competencia del Ministerio de Consumo. En su artículo 114, relativo a su ámbito de aplicación, esta norma establece que

Están incluidos en el ámbito de aplicación de este título los contratos de compraventa de bienes existentes o de bienes que hayan de producirse o fabricarse y los contratos de suministro de contenidos o servicios digitales, incluyéndose como tales todos aquellos que tengan por objeto la entrega de soportes materiales que sirvan exclusivamente como portadores de contenidos digitales.

Debe citarse, por su especial relevancia, el trabajo de Herrerías Castro (2022), que, analiza las definiciones y los alcances de los conceptos clave en el contexto de la regulación de contenidos y servicios digitales en España y, así, enumera los aspectos clave relacionados con la definición de consumidores y empresarios en el contexto de la regulación de contenidos y servicios digitales. Por otro lado, destaca la limitación de la definición de consumidores a personas físicas con propósitos no comerciales, lo que puede no ser adecuado para casos de «prosumidores», es decir, «usuarios que producen y consumen contenidos digitales, que no encajan con exactitud ni en el concepto de consumidor ni en el concepto de empresario» (2020, p. 1015). Herrerías Castro menciona, además, la falta de claridad en la legislación española sobre si las pequeñas y medianas empresas deben considerarse consumidores en ciertos contratos. También se resalta la falta de una definición específica de ‘contrato de suministro de contenidos y servicios digitales’ en la legislación española, lo que deja a los tribunales la tarea de determinar su alcance. Y, en cuanto a los servicios digitales, Herrerías Castro (2022, p. 1018) proporciona una definición amplia que incluye diversas plataformas y servicios en línea, como

los servicios prestados por las plataformas de intercambio de contenidos multimedia que permiten a los usuarios la publicación en línea de imágenes (p.ej. Pinterest), vídeos (p.ej. Youtube) o texto (p.ej. Wordpress); las redes sociales (p.ej. Facebook), los servicios de mensajería instantánea (p.ej. WhatsApp), los servicios de almacenamiento en la nube (p.ej. Dropbox), los servicios de vídeo a la carta (p.ej. Netflix), los servicios de live streaming (p.ej. Twitch), los videojuegos que se ofrezcan en el entorno de computación en la nube (p.ej. Among Us) e incluso el software como servicio. Quedan expresamente excluidos, entre otros, los servicios de acceso a Internet.

2. Marco jurídico español

2.1. Legislación europea y nacional en materia de claridad en la comunicación

En el contexto europeo, Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con los consumidores protege a los consumidores de cláusulas injustas. Concretamente, la Directiva, que los Estados miembros de la UE deben incorporar en sus leyes nacionales, define *cláusulas abusivas* como aquellas que desequilibran significativamente los derechos de las partes en detrimento del consumidor. Así, la norma prohíbe su uso, exige transparencia en la redacción de contratos, permite el control judicial de las cláusulas y determina que, cuando una cláusula es declarada abusiva, debe considerarse nula sin que el resto del contrato pierda validez. El objetivo de la Directiva, por tanto, es garantizar la protección de los consumidores y prevenir cláusulas contractuales injustas. Por lo que respecta a la obligación de transparencia, la Directiva establece que los términos de los contratos deben ser redactados de manera clara y comprensible, para que los consumidores estén plenamente informados de las condiciones y las consecuencias del contrato.

También de ámbito europeo, en el contexto de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales, es especialmente interesante lo que dispone el RGPD². El artículo 7 del RGPD pide claridad en la solicitud de consentimiento y se refiere así a la claridad:

Si el consentimiento del interesado se da en el contexto de una declaración escrita que también se refiera a otros asuntos, la solicitud de consentimiento se presentará de tal forma que se distinga claramente de los demás asuntos, de forma inteligible y de fácil acceso y utilizando un lenguaje claro y sencillo. No será vinculante ninguna parte de la declaración que constituya infracción del presente Reglamento.

En la misma línea, la Directiva (UE) 2015/2366 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015, sobre servicios de pago en el mercado interior establece que:

² Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos)

La información y las condiciones estarán redactadas en términos fácilmente comprensibles, de manera clara y legible, en una lengua oficial del Estado miembro en el que se ofrezca el servicio de pago o en cualquier otra lengua acordada entre las partes.

En el contexto español, no entraremos en detallar lo que establece la legislación en materia de claridad en el lenguaje por lo que respecta a la demanda y su contenido (Artículo 399.3 LEC³), al contenido del interrogatorio y la admisión de las preguntas (Artículo 302.1 LEC), a la exhaustividad y la congruencia de las sentencias y su motivación (Artículo 218.1 LEC) y a la necesidad de que jueces y tribunales utilicen un lenguaje claro a la hora de informar a las partes interesadas (Artículo 433 LECrim⁴ y 214.1 LEC), puesto que todas estas disposiciones hacen referencia a actos de comunicación entre la Administración y los ciudadanos. Sin embargo, es importante en el contexto de este trabajo, lo que dispone el Código Civil español en su artículo 1.288, esto es, que «[l]a interpretación de las cláusulas oscuras de un contrato no deberá favorecer a la parte que hubiese ocasionado la oscuridad».

La Orden EHA/2899/2011, de 28 de octubre, de transparencia y protección del cliente de servicios bancarios, en su artículo 8, requiere que las entidades financieras ofrezcan información clara y objetiva sobre productos, costes y comisiones antes de la firma del contrato. También hace hincapié en el uso de lenguaje claro, evitando términos técnicos innecesarios. Y, además, establece la obligación de proporcionar información periódica de manera comprensible y establece pautas para publicidad veraz y relevante. Su objetivo, por tanto, es empoderar a los consumidores, y garantizar relaciones transparentes con las entidades financieras, en consonancia con la protección del consumidor y la transparencia en el sector.

Asimismo, la Ley 22/2007, de 11 de julio, sobre comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores, exige que las entidades financieras proporcionen información clara, completa y comprensible a los consumidores antes de la contratación de servicios financieros. También establece, en su artículo 7.2, que los contratos deben redactarse de forma clara y comprensible:

³ Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil

⁴ Real Decreto de 14 de septiembre de 1882, por el que se aprueba la Ley de Enjuiciamiento Criminal

Toda la información [...] deberá suministrarse indicando inequívocamente su finalidad comercial y se comunicará de manera clara y comprensible por cualquier medio que se adapte a la técnica de comunicación a distancia utilizada, respetando debidamente, en particular, los principios de buena fe en las transacciones comerciales y los principios que regulan la protección de las personas que carecen de capacidad de obrar y los derechos en materia de accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

El objetivo de esta ley, nuevamente, es garantizar que los consumidores tengan acceso a información transparente y puedan comprender plenamente los productos y servicios financieros que se les ofrecen antes de tomar decisiones financieras importantes.

Por último, el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCU), y otras leyes complementarias, también habla de la transparencia y el lenguaje claro en la relación entre consumidores y empresas. Esta norma busca proteger los derechos de los consumidores, garantizando que puedan tomar decisiones informadas; y, así, por ejemplo, en su artículo 17, se hace mención especial a los clientes o usuarios vulnerables:

1. Los poderes públicos [...] fomentarán la formación y educación de los consumidores y usuarios, asegurarán que estos dispongan de la información precisa para el eficaz ejercicio de sus derechos y velarán para que se les preste la información comprensible sobre el adecuado uso y consumo de los bienes y servicios puestos a su disposición en el mercado. [...] 3. [...] [S]e prestará especial atención a aquellos sectores que, debido a su complejidad o características propias, cuenten con mayor proporción de personas consumidoras vulnerables entre sus clientes o usuarios, atendiendo de forma precisa a las circunstancias que generan la situación de concreta vulnerabilidad.

2.2. Jurisprudencia española en materia de comunicación clara

En la jurisprudencia española, entontamos varias sentencias que, pese a no hacer referencia específica al contrato de suministro de contenidos y servicios digitales, sino a otros documentos contractuales en el marco del derecho privado, sí abogan por la comunicación clara y exigen claridad en el lenguaje.

Como se cita en Prodigioso Volcán (2019, p. 20), el Tribunal Supremo (TS) se pronuncia sobre el tamaño de letra y las fórmulas complicadas en dos sentencias de 2012 y 2013:

Y si lo expuesto hasta ahora fuera poco, en las condiciones particulares de la póliza se indica que las exclusiones de cobertura y las cláusulas limitativas de derechos del asegurado insertas en las condiciones generales se resaltan en "negrita", cuando en la realidad ninguna aparece en negrita y entonces la discordancia de las condiciones particulares y las condiciones generales llevan a confusión (...) El error es exclusivamente imputable a la aseguradora que redactó unilateralmente la cláusula y, en consecuencia, no puede perjudicar a la asegurada. (TS, Sala Primera de lo Civil, Sentencia 601/2010 de 1 Oct. 2010, Rec. 2273/2006)

Para determinar si una cláusula contractual es abusiva se tendrá en cuenta su contenido, lenguaje y presentación. La finalidad no es otra que, "evitar que la parte que utiliza cláusulas estándar adquiera una ventaja injusta imponiendo cláusulas furtivas que la otra parte difícilmente aceptaría si fuera consciente de ellas". (TS, Sala Primera de lo Civil, Sentencia 601/2010 de 1 Oct. 2010, Rec. 2273/2006)

El TS, en 2018, también exige claridad en las condiciones de un contrato para que se cumpla el deber de transparencia (citado en Prodigioso Volcán, 2019, p. 21):

El deber de transparencia comporta que el consumidor disponga antes de la celebración del contrato de información comprensible acerca de las condiciones contratadas y las consecuencias de dichas cláusulas en la ejecución del contrato celebrado. (...) Esto excluye, que pueda agravarse la carga económica que el contrato supone para el consumidor mediante la inclusión de una condición general cuya trascendencia jurídica o económica pase inadvertida al consumidor porque se le da un inapropiado tratamiento secundario y no se facilita al consumidor la información clara y adecuada. (TS, Sala Primera de lo Civil, Sentencia 361/2018 de 15 Jun. 2018, Rec. 3401/2015)

En 2017, la Audiencia Provincial (AP) de Barcelona dictó una sentencia en la que aludía a la claridad visual de los contratos. Como apunta Prodigioso Volcán (2019, p. 22), «esta sentencia marca un antes y un después en la interpretación del requisito de claridad que exige, pero no detalla, [sic] la ley de contratación»:

El requisito de claridad en la redacción, aunque no lo define la Ley de Condiciones Generales de la Contratación expresamente, parece hacer referencia a la claridad visual, a que el texto deba ser legible, así como al lenguaje empleado. No se ajustará a los requisitos legales para su válida incorporación a un contrato, aquellas condiciones generales de la contratación que resulten ininteligibles, excesivamente complejas.

Tampoco aquellas en las que la forma, ubicación o incluso estructura gráfica hagan imposible desde la perspectiva de un contratante diligente, conocer el contenido de la cláusula. [...] En cuanto a la concreción, debemos interpretarlo como la necesidad de que se produzca una completa descripción de aquello a lo que se refiera la condición. La cláusula debe contener todos los elementos que la integran, describiendo de forma cierta y directa los efectos de la misma, así como los términos que la componen. No se ajustará al requisito de concreción aquellas cláusulas que contienen sólo en términos parciales los efectos de las mismas, no detallan de manera específica sus características u omiten de forma total o parcial su contenido». (AP Barcelona, Sección 4ª, Sentencia 775/2017 de 21 Nov. 2017, Rec. 180/2017)

Otras AP, como la Castellón y la de Madrid también han dictado sentencias a favor de la claridad en los contratos (citado en Prodigioso Volcán, 2019, p. 24):

Del examen del contrato de tarjeta de crédito (...) la cláusula general del contrato que fija el interés remuneratorio no supera el necesario control de transparencia, toda vez que ese interés remuneratorio se establece en el reverso del contrato que se halla sin firmar por el demandado, estando en un contexto de difícil lectura dada la letra tan minúscula que emplea para lo que se necesita el uso de una lupa no siendo suficiente las lentes usuales de lectura, resultando además de difícil comprensión para un adherente medio al utilizar conceptos y fórmulas matemáticas complicadas. (AP Castellón, Sección 3ª, Auto de 7 Sep. 2017, Rec. 299/2017)

[S]on contratos de adhesión, redactados de forma oscura, con lenguaje poco común, muy técnico y sin que su comprensión esté al alcance de cualquiera; por lo que malamente, puede quedar vinculado por la doctrina de los actos propios quien, firmando, por una representación equivocada de la realidad, parece realizar actos que causan estado frente a terceros. (AP Madrid, Sección 21ª, Sentencia 299/2018 de 10 Sep. 2018, Rec. 830/2017)

Y, por último, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) también se pronunció en una sentencia de 2015 relativa a la contratación digital y a la aceptación mediante clic (citado en Prodigioso Volcán, 2019, p. 26):

El artículo 23, apartado 2, del Reglamento (CE) nº 44/2001 del Consejo, de 22 de diciembre de 2000, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil, debe interpretarse en el sentido

de que la técnica de aceptación mediante un «clic» de las condiciones generales (...) constituye una transmisión por medios electrónicos que proporciona un registro duradero de dicha cláusula, en el sentido de esta disposición, siempre que esa técnica permita imprimir y guardar el texto de las citadas condiciones antes de la celebración del contrato. (TJUE, Sala Tercera, Sentencia de 21 de mayo de 2015, C-322/2014)

Todas estas decisiones judiciales comparten la filosofía de promover la comunicación clara y la comprensión de los contratos. Todos estos tribunales insisten en que las cláusulas contractuales deben redactarse en un lenguaje claro y legible, evitando términos técnicos innecesarios y estructuras confusas. Estas sentencias, por tanto, buscan proteger a los consumidores y usuarios al garantizar su acceso a la información necesaria para tomar decisiones informadas antes de la celebración de un contrato. Además, se resalta la importancia de la claridad visual y la concreción en las cláusulas, y de garantizar que los términos del contrato sean fácilmente comprensibles y accesibles. Sin duda, estas decisiones ponen de manifiesto que la transparencia en los contratos es un principio fundamental para evitar que las partes sean sorprendidas por cláusulas injustas o poco claras y garantizar la igualdad de condiciones en la relación contractual.

3. Análisis del corpus: principales errores

3.1. Metodología

Para este estudio, se conforma un corpus de contratos de suministro de contenidos y servicios digitales reales disponibles y accesibles en Internet de las principales plataformas y servicios, concretamente, de ocho de las propuestas por Herrerías Castro (2022, p. 1018) como ejemplos de plataformas de intercambio de contenidos multimedia, esto es, Pinterest, Youtube, Wordpress, Facebook, Dropbox, Netflix, Twitch y WhatsApp.

Tras analizar detenidamente el discurso utilizado en cada uno de los contratos, también llamados por las propias empresas prestadoras de los servicios como *términos de uso*⁵ o *condiciones del servicio*⁶, se identifican los principales errores en términos de adecuación pragmática, redacción, léxico y edición que dificultan la comunicación y, por tanto, impiden la comprensión del texto y la transferencia del mensaje entre emisor y receptor. Se toma como referencia las instrucciones de las principales guías nacionales e internacionales

⁵ https://www.whatsapp.com/legal/terms-of-service?lang=es_LA

⁶ <https://help.netflix.com/es-es/legal/termsfuse>

(véase punto 2.2) y, sobre todo, la tipología de errores enumerada en Prodigioso Volcán y elaborada a partir de un estudio preliminar sobre la claridad de la digitalización de nuestras administraciones (s.f.1, p. 112-114; s.f.2, p. 40).

Una vez detectados los problemas o los errores más comunes en el corpus de muestra, se elabora un contrato marco en el que se seleccionan las cláusulas básicas del contrato de suministro de contenidos y servicios digitales (dejando de lado las particularidades de cada uno de los contratos que responden a las características concretas de los diferentes servicios prestados o de los contenidos suministrados) (véase punto 5).

3.2. Principales errores detectados en el corpus

El análisis de los documentos que forman parte del corpus de muestra permite determinar una serie de problemas o errores relacionados con la claridad y que, como ya se apuntaba, dificultan la comunicación e impiden la comprensión del texto y la transferencia del mensaje. Estos problemas coinciden con los detectados en otros estudios previos (Prodigioso Volcán, s.f.1 y s.f.2) y con las recomendaciones de los manuales (Comunidad de Madrid, 2017, pp. 26-53), y pueden resumirse en: i) longitud excesiva de las frases; ii) uso de párrafos-oración; iii) abuso de formas verbales impersonales, como el infinitivo, el gerundio y el participio; iv) uso de tecnicismos o terminología jurídica; v) inclusión o referencia a textos normativos que no se ajustan a los principios de la comunicación clara; vi) variación del tono⁷ a lo largo del documento y presencia de un tono burocrático; vii) oraciones oscuras o que con dificultad se pueden entender; viii) abuso de oraciones pasivas; ix) errores de puntuación; y x) uso de párrafos excesivamente cortos o largos.

Por lo que respecta a la longitud de las frases, la mayoría de los contratos no siguen las recomendaciones de las guías y los manuales citados de que las frases tengan entre 15 y 20 palabras. De hecho, muchas frases superan ampliamente las 30 palabras, que habitualmente marcan el límite de retentiva de una persona, como apunta Prodigioso Volcán (s.f.1, p. 112). Además, los párrafos-oraciones son muy frecuentes. Por ejemplo, tanto Netflix (a) como WhatsApp (b) incurren en estos dos errores al utilizar párrafos de 38 y 46 palabras respectivamente que constituyen párrafos:

⁷ El *Diccionario de la lengua española* de la RAE (2014), define *tono* como «carácter o modo particular de la expresión y del estilo de un texto según el asunto que trata o el estado de ánimo que pretende reflejar».

(a) Netflix ofrece un servicio de suscripción personalizado que permite a nuestros suscriptores acceder a contenidos de entretenimiento (en adelante «contenidos de Netflix») por Internet en determinados televisores, ordenadores y otros dispositivos conectados a Internet («dispositivos compatibles con Netflix»).^8

(b) WhatsApp LLC ("WhatsApp", "nuestro[a]/s", "nosotros" o "nos") te proporciona los servicios descritos a continuación ("Servicios") a menos que vivas en un país o territorio del Espacio Económico Europeo (que incluye la Unión Europea) y en cualquier otro país o territorio incluido (en conjunto, la "Región Europea").^9

El uso del tono burocrático queda también patente en los ejemplos anteriores. Un ejemplo de fórmulas propias del lenguaje jurídico y administrativo son *en adelante* o *en conjunto* para introducir términos clave entre paréntesis a los que se hará referencia desde ese punto y a lo largo del documento con un significado concreto.

De la misma forma, se evidencia un abuso de formas verbales impersonales, como el infinitivo, el gerundio y el participio en la gran parte de los contratos. Así, por ejemplo, Netflix, en un fragmento de 67 palabras, usa hasta 2 infinitivos y 4 gerundios:

Puedes consultar más detalles de tu suscripción a Netflix visitando el sitio web netflix.com, pinchando en el enlace «Cuenta» de la parte superior de las páginas, debajo de tu nombre del perfil. [...] Si te suscribiste a Netflix usando tu cuenta con un tercero como Método de pago, puedes consultar los datos de facturación referentes a tu suscripción a Netflix visitando tu cuenta con el correspondiente tercero.^10

Por lo que respecta a la inclusión o la referencia a textos normativos que no se ajustan a los principios de la comunicación clara, puede tomarse como ejemplo los *Terms of Service* de Wordpress^11. Es importante comentar en relación con este contrato específico que el texto de la versión española de la web ni siquiera está traducido al español, lo que, sin duda, constituye un problema integral grave que impide al usuario con una competencia insuficiente en esa lengua extranjera conocer el contenido del contrato. En cualquier caso,

⁸ <https://help.netflix.com/es-es/legal/termsfuse>

⁹ https://www.whatsapp.com/legal/terms-of-service?lang=es_LA

¹⁰ <https://help.netflix.com/es-es/legal/termsfuse>

¹¹ <https://wordpress.com/es/tos/>

se evidencia en el texto inglés la referencia a varios textos normativos, concretamente, el *United States Code* (o Código de los Estados Unidos) y la *Lista OFAC (Specially Designated Narcotics Traffickers)*. De la misma forma, en las Condiciones del Servicio de Pinterest¹², se hace referencia a las *Commercial Arbitration Rules* de la American Arbitration Association y al *Federal Rule of Civil Procedure* de Estados Unidos. También hacen referencia a las *Commercial Arbitration Rules* de la AAA las *Condiciones de servicio de Dropbox*¹³. Y los *Términos del servicio* de Twitch¹⁴ hacen referencia a las *Directrices de la Comisión Federal de Comercio* de Estados Unidos.

El contrato de Pinterest, sirve también para ejemplificar los errores de variación del tono a lo largo de los documentos. En las condiciones de Pinterest, se utiliza indistintamente la primera y la tercera persona para hacer referencia a la empresa que presta servicios y redacta el contrato, la segunda y la tercera para hacer referencia al consumidor o usuario, y la primera, la segunda y la tercera para hacer referencia a las dos partes que suscriben el acuerdo:

Nada en esta sección impedirá que cualquiera de las partes solicite una medida cautelar u otro tipo de compensación [...]. TODAS LAS RECLAMACIONES DEBEN SER PRESENTADAS SEGÚN LA CAPACIDAD INDIVIDUAL DE LAS PARTES [...] Y, A MENOS QUE ACORDEMOS LO CONTRARIO, EL ARBITRO NO PODRÁ COMBINAR RECLAMACIONES DE VARIAS PERSONAS. AL ACEPTAR ESTAS CONDICIONES, TÚ Y PINTEREST ACEPTÁIS, INDIVIDUALMENTE, RENUNCIAR AL DERECHO A UN JUICIO POR JURADO O A PARTICIPAR EN UNA DEMANDA GRUPAL. [...] Pinterest se reserva el derecho a determinar la forma y medio mediante el cual te envía notificaciones, y aceptas recibir notificaciones legales en formato electrónico si decidimos enviarlas a través de ese medio. Es posible que revisemos estas Condiciones regularmente.¹²

En este mismo documento de Pinterest, la variación en el tono se hace asimismo evidente en el cambio de un estilo sencillo y cercano, con frases como «Todas las empresas tienen

¹² <https://policy.pinterest.com/es/terms-of-service-2016#:~:text=Puedes%20usar%20nuestros%20productos%20s%C3%B3lo,de%2013%20a%C3%B1os%20est%C3%A1%20prohibido>

¹³ https://www.dropbox.com/es_ES/terms

¹⁴ <https://www.twitch.tv/p/es-es/legal/terms-of-service/>

condiciones. Estas son las nuestras» a un estilo más burocrático, como en el ejemplo siguiente (que, además, es un párrafo único de una sola frase de 49 palabras):

Ninguna renuncia a cualquier término de estas Condiciones se considerará una renuncia posterior o continuada de dicho término o de cualquier otro término, y la imposibilidad de Pinterest para hacer valer cualquier derecho o disposición en virtud de estas Condiciones no constituirá una renuncia a tal derecho o disposición.¹⁵

Se aprecia, también, el uso de oraciones oscuras, con muchos incisos y oraciones subordinadas, que dificultan entender el contenido del texto. A modo de ejemplo, Facebook incluye la siguiente frase en sus *Condiciones del servicio*¹⁶:

Si se determina que no puede exigirse el cumplimiento de alguna disposición de las presentes Condiciones, la parte a la que no pueda exigirse su cumplimiento se entenderá por modificada en la mínima medida y según sea necesario para que pueda exigirse su cumplimiento y, de no ser posible, se eliminará dicha disposición.

En el ejemplo anterior, se evidencia, además, un uso abusivo de oraciones pasivas, en concreto, en este caso, de la pasiva refleja. Y es que el uso excesivo de la voz pasiva es común en gran parte de los contratos analizados.

En general, se detectan pocos errores de puntuación en los contratos objeto de análisis. Aunque identificamos ciertos errores, como la repetida ausencia de espacio tras punto y seguido en el contrato de prestación de servicios de Dropbox; o el uso de abreviaturas diferentes a las sugeridas por la RAE¹⁷, como *por ej.* en lugar de *p. ej.* en el documento de Twitch. En este mismo contrato, identificamos también el uso innecesario de la tilde diacrítica en *éste*¹⁸. Y, de manera generalizada, en ninguno de los contratos objeto de

¹⁵ <https://policy.pinterest.com/es/terms-of-service-2016#:~:text=Puedes%20usar%20nuestros%20productos%20s%C3%B3lo,de%2013%20a%C3%B1os%20est%C3%A1%20prohibido>

¹⁶ <https://es-es.facebook.com/legal/terms>

¹⁷ Véase <https://www.rae.es/dpd/ayuda/abreviaturas>

¹⁸ Véase <https://www.rae.es/dpd/tilde>

estudio se utiliza la cursiva para los extranjerismos no adaptados como establece la RAE¹⁹ para términos como, por ejemplo, *hardware*, *spyware* o *software*.

El uso de párrafos excesivamente cortos (de 1 o 2 líneas) o demasiado largos (de 15 a 20 líneas) es, de nuevo, frecuente en los contratos que forman parte del corpus de análisis. Es especialmente llamativo, a modo de ejemplo, un párrafo de la página web de Facebook con 29 líneas (en la versión web para ordenador):

Quienes usan los Productos de Meta solo crearán comunidades en ellos si se sienten seguros. [...] Para obtener más información, consulta nuestra Política de privacidad.²⁰

Los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales analizados tampoco limitan el uso de tecnicismos y términos que hacen referencia a conceptos que pueden resultar confusos o incluso desconocidos para la mayoría de los consumidores y usuarios. Por ejemplo, en los *Términos del servicio* de Youtube²¹ incluyen términos de los ámbitos jurídico y de las TIC como *monetizar*, *licencia no exclusiva*, *regalía*, *impugnación*, *apelación*, *fiabilidad*, *procedimiento de ingeniería inversa* o *código fuente*, entre otros.

4. Propuesta de contrato marco

En base a las recomendaciones de las principales guías nacionales e internacionales para la comunicación clara en lengua española que citamos en el punto 2.2 y evitando los principales errores identificados en el corpus de muestra, realizamos la propuesta de contrato marco de suministro de contenidos y servicios digitales que presentamos a continuación. Este contrato constituye un modelo estándar e incluye únicamente las cláusulas básicas y más comunes de este tipo de contratos. El contrato debería ser adaptado y ampliado en función de las necesidades de cada empresa y de las características de los contenidos y los servicios digitales que ofrezca.

En cuanto al diseño del texto, se decide utilizar como interlineado del texto el de 1,5 (Prodigioso Volcán, 2019:12). Se usa la negrita para resaltar expresiones importantes o que

¹⁹ Véase <https://www.rae.es/espanol-al-dia/los-extranjerismos-y-latinismos-crudos-no-adaptados-deben-escribirse-en-cursiva>

²⁰ Se han incluido solo las frases de inicio y de fin del párrafo; véase el párrafo completo en: <https://es-es.facebook.com/legal/terms>

²¹ <https://www.youtube.com/static?template=terms&hl=es&gl=AR>

requieran una atención especial, como las preguntas a las que se da respuesta en cada párrafo o cláusula (Comunidad de Madrid, 2017, p. 55). Se utiliza el tipo de letra Georgia, porque fue precisamente uno de los tipos diseñados para Microsoft pensando en las pantallas de baja resolución, por lo que es una de las fuentes más fáciles de leer en ordenadores de sobremesa y móviles²². Se combina el lenguaje visual con el textual, utilizando un icono al inicio de cada cláusula, para garantizar que se entiende el mensaje en un golpe de vista, como sugiere (Comunidad de Madrid, 2017, p. 58). Se usan números para ordenar la información (Comunidad de Madrid, 2017, p. 65). Por último, se presenta el texto sin justificar, puesto que se desaconseja en el caso del diseño para web.

CONTRATO DE SUMINISTRO DE CONTENIDOS Y SERVICIOS DIGITALES

1. **¿Quiénes celebran este contrato de suministro?** Las partes que celebran este contrato somos tú y nosotros. Tú eres el Cliente. Nosotros, [*nombre de la empresa*], somos el Proveedor.

2. **¿Qué finalidad tiene este contrato de suministro?** Nosotros nos comprometemos a ofrecerte contenidos y servicios digitales a través de [*plataforma/URL*]. Te prestaremos estos servicios y te ofreceremos estos contenidos según lo que establecemos en nuestra oferta.

¿Cuánto durará este contrato de suministro? Este contrato empieza cuando accedes a nuestros servicios. El contrato continúa hasta que tú canceles o interrumpas la suscripción o se cumpla el plazo acordado entre tú y nosotros.

4. **¿Cuánto pagas por el suministro de contenidos y servicios digitales?** Aceptas pagar periódicamente el importe que indicamos en nuestra oferta, o lo que hayamos acordado tú y nosotros. Realizarás el pago de este importe utilizando el Método de Pago que hayas elegido.

²² Las tipografías diseñadas para monitores, como Verdana, Tahoma, Trebuchet y Georgia se destacan por su legibilidad en bajas resoluciones. Estas fuentes, ideales para pantallas, son gratuitas y disponibles en el sitio web de Microsoft y se incluyen, además, en Windows 98-2000 e Internet Explorer.

5. **¿Qué responsabilidades tenemos tú y nosotros?** Por un lado, nosotros, como Proveedor, nos comprometemos a proporcionarte contenidos y servicios de calidad. También nos comprometemos a solucionar cualquier problema técnico que pudiera surgir de forma rápida. Por otro lado, tú, como Cliente, eres responsable de mantener seguros tus datos de acceso y no compartirlos con otros. Tú serás el responsable de cualquier uso inadecuado que hagas de tus datos de acceso.

¿Cuándo puedes cancelar este contrato de suministro? Tú tienes el poder de cancelar la suscripción en cualquier momento. Nosotros interrumpiremos el suministro de contenidos y servicios digitales cuando tú nos lo solicites.

7. **¿Cómo se protegen tus datos personales y de acceso?** Cumplimos con todas las normativas de protección de datos. Utilizamos tus datos personales y de acceso solo para la finalidad de este contrato.

8. **¿Nosotros podemos realizar modificaciones de este contrato de suministro?** Podemos realizar cambios en nuestros contenidos y servicios digitales. Siempre que lo hagamos, te avisaremos con antelación.

9. **¿Qué ley se aplica a este contrato de suministro?** Este contrato se rige por las leyes de [*nombre del país/Estado*]. Cualquier conflicto entre tú y nosotros relacionado con este contrato se resolverá en los tribunales de [*nombre de la ciudad*].

10. **¿Cómo firmas este contrato de suministro?** Este contrato se hace válido cuando aceptas electrónicamente sus condiciones. Esto lo haces en el momento en el que te registras y accedes a nuestros contenidos y servicios digitales.

Tanto tú como nosotros aceptamos las condiciones de este contrato de suministro.

5. Conclusiones

Como resultado de este estudio sobre la aplicación de los principios de la comunicación clara a los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales, puede concluirse lo siguiente:

1. Por lo que respecta al marco jurídico, existen varias normas europeas y nacionales que regulan los contratos con los consumidores y que promueven la claridad en la comunicación. La Directiva 93/13/CEE prohíbe cláusulas abusivas y exige la

- transparencia en la redacción de contratos. El RGPD, la Directiva (UE) 2015/2366 y otras leyes españolas también hacen hincapié en la necesidad de una comunicación clara.
2. La jurisprudencia española también incluye varias sentencias que enfatizan la importancia de la claridad en los contratos, y que destacan la responsabilidad de las partes para garantizar que los términos sean comprensibles y accesibles.
 3. En cuanto a los problemas más comunes de este tipo de contratos, se identifican errores como la longitud excesiva de las frases, el uso de párrafos-oración, el abuso de formas verbales impersonales, la inclusión de terminología jurídica y la referencia a textos normativos que no se ajustan a los principios de la comunicación clara. También se detectan variaciones en el tono, oraciones oscuras, el uso excesivo de oraciones pasivas y errores de puntuación.
 4. Se constata que la claridad es esencial en los contratos digitales para que los consumidores puedan tomar decisiones informadas. Asimismo, la transparencia visual y la concreción en las cláusulas son fundamentales.

En resumen, debe subrayarse la importancia de aplicar los principios de la comunicación clara en los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales para proteger los derechos de los consumidores, sobre todo los más vulnerables, y garantizar relaciones transparentes entre las empresas y los usuarios. La revisión y la mejora de la redacción de estos contratos, evitando los errores comunes descritos en este trabajo, son esenciales para promover una comunicación efectiva y facilitar la comprensión mutua en un contexto digital.

6. Bibliografía

- Agenda Urbana del Ayuntamiento de Barakaldo (2022). *Guía para facilitar la comunicación escrita con la ciudadanía*. Recuperado de <https://acortar.link/llt6Pp>
- Arenas Arias, G. J. (2018). «Lenguaje claro (derecho a comprender el Derecho)». *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, n.º 15, pp. 249-261. DOI: <https://doi.org/10.20318/eunomia.2018.4355>
- (2020). Estrella Montolío y Mario Tascón, «El derecho a entender. La comunicación clara, la mejor defensa de la ciudadanía». *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, n.º 19, pp. 623-629. DOI: <https://doi.org/10.20318/eunomia.2020.5736>

- Ayuntamiento de Barcelona (2022). *Siguem clars. Guia de comunicació clara per a administracions*. Recuperado de <https://acortar.link/qDf1AC>
- Bundesverwaltungsamt o Ministerio Federal del Interior de Alemania (2002). *Bürgernahe Verwaltungssprache*. Recuperado de <https://acortar.link/Va1O6S>
- Calsamiglia, A. (1986). *Introducción a la Ciencia Jurídica*, Barcelona: Ariel.
- (1996), «Ciencia Jurídica». En: Garcón Valdés, E. y Laporta, F. (eds.) *Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía, vol. 11: El derecho y la justicia*. Madrid: Trotta.
- Carretero, C. (2018). *La importancia e influencia del uso del lenguaje claro en el ámbito jurídico*. Recuperado de <https://acortar.link/AlkD8s>
- Comisión de Modernización del Lenguaje Jurídico del Ministerio de Justicia (2016). *Informe de la Comisión de modernización del lenguaje jurídico*. Recuperado de <https://acortar.link/nLk3SF>
- Comisión Europea (2011). *Cómo escribir con claridad*. Recuperado de <https://acortar.link/zTaQfZ>
- Comunidad de Madrid (2017). *Comunicación Clara. Una herramienta para mejorar la comunicación con la ciudadanía. Guía práctica*. Recuperado de <https://acortar.link/IVC2sY>
- (2019a). *Guía de Comunicación Clara. Pautas para aplicar a los trámites de la Comunidad de Madrid*. Recuperado de <https://acortar.link/tG9XSY>
- (2019b). *Guía de Comunicación Clara. Pautas para aplicar a los trámites de la Comunidad de Madrid. Resumen ejecutivo*. Recuperado de <https://www.comunidad.madrid/file/258451/download>
- Cutts, M. (2020). *Oxford Guide to Plain English*. Oxford: Oxford University Press.
- Departamento de Derechos Sociales de la Generalitat de Catalunya (2022). «El llenguatge planer i la Lectura Fàcil». *La informació a l'abast de tothom II*. Col. Eines, 38. Recuperado de <https://acortar.link/mCohaP>
- Gobierno de Aragón (2021a). *Guía de buenas prácticas de Comunicación Clara. Aplicación a los contenidos web del Gobierno de Aragón*. Recuperado de <https://acortar.link/75J6Xs>
- (2021b). *Manual de estilo de lenguaje claro. Criterios para la redacción de textos claros en internet*. Recuperado de <https://acortar.link/ObEfPt>
- Instituto Lectura Fácil y Clarity (2017). *Lenguaje claro. Comprender y hacernos entender*. Recuperado de <https://acortar.link/vww07y>

- Justitiedepartementet o Ministerio de Justicia sueco (2013). *Klarspråk lönar sig. Handbok för ett effektivt klarspråksarbete*. Estocolmo: Språkrådet.
- Kotimaisten kielten tutkimuskeskus (Instituto de Lenguas de Finlandia, Kotus) (2006). *Tekstisi, tulkataanko käännetäänkö puheenvuorosi?*
- Laboratorio de Gobierno del Gobierno de Chile (2019). *Guía de Lenguaje Claro: ¿Cómo podemos generar una comunicación simple, clara y efectiva entre el Estado y la ciudadanía?* Recuperado de <https://innovadorespublicos.cl/documentation/publication/49/>
- Laporta, F. (2004), «Teoría y realidad de la legislación: una introducción general»: En: Menéndez, A. (ed.). *La proliferación legislativa: un desafío para el Estado de Derecho*. Madrid: Thomson Civitas, pp. 29-88.
- Moreso, J. J. (1996), «Lenguaje Jurídico». En: Garzón Valdés, E. y Laporta, F. (eds.). *Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía*, vol. 11: El derecho y la justicia. Madrid: Trotta, pp. 105-116.
- NWT Literacy Council (2015). *A Plain Language Handbook. Write For Your Reader*. Recuperado de <https://acortar.link/6F87hY>
- Ministerio belga de la Comunidad Francesa (Ministère de la Communauté française) (2000). *Écrire pour être lu*. Recuperado de <https://acortar.link/m9Q6SD>
- Plain Language (2011). *Federal plain language guidelines*. Recuperado de <https://www.plainlanguage.gov/guidelines/>
- Poblete, C. A. y Fuenzalida González, P. (2018). «Una mirada al uso de lenguaje claro en el ámbito judicial latinoamericano». *Revista de Lengua i Dret, Journal of Language and Law*, n.º 69, pp. 119-138. DOI: 10.2436/rld.i69.2018.3051.
- Prado Benítez, C. (2023). «Legal Design, ¿a qué nos referimos?». *Legal Today*. Recuperado de <https://acortar.link/CmRj5E>
- Prodigioso Volcán (2019). *Legal design: el derecho a entender la información jurídica*. Recuperado de <https://acortar.link/rxB4Zq>
- (s.f.1). *Estudio preliminar sobre la claridad de la digitalización de nuestras administraciones. ¿Son claros los trámites digitales?* Recuperado de <https://acortar.link/sf5cHo>
- (s.f.2). *Comunicación Clara. Estudio preliminar sobre el estado del lenguaje administrativo en España. ¿Habla claro la Administración pública?* Recuperado de <https://acortar.link/t0S7ye>

- Richardson, J. (2015). «Lenguaje claro: orígenes, historia y un caso de estudio». En: *Lenguaje Parlamentario, Lenguaje Jurídico y Lenguaje Claro. Revista Hemiciclo*, n.º 12, pp. 7-9.
- Universidad de Padua (2002). *30 regole per scrivere testi amministrativi chiari*. Recuperado de <http://www.maldura.unipd.it/buro/trentaregole.html>
- Williams, C. (2004). «Legal English and Plain Language: an introduction». *ESP Across Cultures* 1, pp. 111-124.
- (2011). «Legal English and Plain Language: an update». *ESP Across Cultures* 8, pp. 139-149.