

# La transparencia en la contratación pública en España y el Tercer Sector de la Comunicación

## *Transparency in Public Procurement in Spain and the Third Communication Sector*

Lucía Benítez Eyzaguirre  
Universidad de Cádiz

David Comet-Herrera  
Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

Juan Antonio Roa Domínguez  
Universidad de Cádiz

### **Referencia de este artículo**

Benítez Eyzaguirre, Lucía; Comet-Herrera, David y Roa Domínguez, Juan Antonio (2025). La transparencia en la contratación pública en España y el Tercer Sector de la Comunicación. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n.º 29. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 309-332. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.8273>.

### **Palabras clave**

Contratación Pública; Derechos de la comunicación; Tercer Sector de la Comunicación; Transparencia; Usabilidad.

### **Keywords**

Communication Rights; Public Procurement; Third Sector Communication; Transparency; Usability.

## Resumen

La Plataforma de Contratación del Sector Público (PLACSP) es el portal central para la comunicación y el intercambio de información sobre licitaciones en España. Como principal punto de encuentro y comunicación entre los licitadores y la administración, debe funcionar bajo los principios de mejora de la competencia y de la transparencia de los procedimientos, así como de la propia comunicación y difusión. Un aspecto que lleva a recordar los principios de la comunicación clara, a través de la revisión de la literatura, como parte de la transparencia administrativa. El objetivo de este estudio es el análisis de la accesibilidad y usabilidad de la PLACSP utilizando el modelo de Nielsen (1994; 1995; 2020) para comprobar la usabilidad de la web. Los resultados señalan que el diseño actual de la plataforma dificulta el acceso a la información sobre contratos públicos, limitando la transparencia efectiva y el cumplimiento del espíritu de la ley. A partir de estos hallazgos, se critican aspectos del diseño y los procesos de comunicación de la plataforma, proponiendo la incorporación del Tercer Sector de la Comunicación (TSC) para mejorar la claridad y efectividad en la difusión de información, avanzando así en la política social, la sostenibilidad y la innovación en la contratación pública.

## Abstract

The Public Sector Procurement Platform (PLACSP) is the central portal for communication and exchange of information on tenders in Spain. As the main meeting and communication point between bidders and the administration, it must operate under the principles of improving competition and transparency of procedures, as well as communication and dissemination. The objective of this study is to analyse the accessibility and usability of the PLACSP using Nielsen's model (1994; 1995; 2020). to check the usability of the website. The results indicate that the current design of the platform makes it difficult to access information on public contracts, limiting effective transparency and compliance with the spirit of the law. Based on these findings, aspects of the platform's design and communication processes are criticised, proposing the incorporation of the Third Sector Communication (TSC) to improve clarity and effectiveness in the dissemination of information, thus advancing social policy, sustainability and innovation in public procurement.

## **Autores**

Lucía Benítez Eyzaguirre [lucia.benitez@gm.uca.es] es Formadora y consultora en Comunicación, Tecnologías e Innovación. Periodista, socióloga y realizadora. Profesora titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Cádiz. Coordinadora del Máster en Dirección Estratégica e Innovación. Doctora por la Universidad de Sevilla. Máster en Tecnologías Digitales y Sociedad del Conocimiento. Participa en proyectos de cooperación en diferentes países de África y América Latina.

David Comet-Herrera [b22cohed@uco.es] es Graduado en Ciencia Política y Máster en Derechos Humanos, trabaja en la Universidad Pablo de Olavide. Especialista en Contratación Pública y Cooperación Internacional, ha coordinado proyectos de educación y campañas de Comercio Justo. Asesor de entidades públicas en criterios éticos, ha desarrollado investigaciones y colaborado en publicaciones y seminarios sobre contratación ética y sostenible.

Juan Antonio Roa Domínguez [Juan.roadominguez@alum.uca.es] es Doctorando en Comunicación por la Universidad de Cádiz. Graduado en Marketing e Investigación de Mercados. Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación. Experto en documental creativo (RTVE). Participa como investigador en proyectos relacionados con migraciones, sindicalismo, tecnologías y género. Sus principales líneas de investigación en la actualidad son: tecnologías de la información y comunicación, experiencia usuaria, videojuegos y género.

## **Créditos**

Este artículo forma parte del Proyecto de I+D adscrito a las líneas de investigación de RICCAP ([www.riccap.org](http://www.riccap.org)), titulado Sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación. Diseño y aplicación de indicadores (SOSCOM), y dirigido por Alejandro Barranquero y José Candón-Mena. Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad 2020 (Ref: PID2020-113011RB-I00).

## 1. Introducción

La transparencia de la contratación pública es un compromiso más allá del acceso a la información; se trata de una práctica integral en la que el lenguaje utilizado, la claridad de la normativa, o la usabilidad de la Plataforma de Contratación del Sector Público (PLACSP) contribuyen a la transparencia, regularidad y confianza del sistema y de sus prácticas. Bajo estos principios, el objetivo de la investigación es analizar la página web de la PLACSP en términos de usabilidad y accesibilidad. Como objetivos específicos, plantemos examinar cómo el diseño de la PLACSP afecta la transparencia efectiva en los procesos de contratación pública, analizando los elementos que contribuyen a la percepción de opacidad en la plataforma y proponer alternativas y mejoras en la comunicación y diseño de la PLACSP. Tras esta introducción, se analiza el estado de la cuestión, a través de una revisión de la bibliografía sobre la falta de transparencia de dicha plataforma, que abarca todo el capítulo 2. A continuación, en el capítulo 2.1, se realiza un recorrido por el derecho a la comunicación, el derecho a entender y la comunicación clara, desde los antecedentes de movimientos sociales como *Clarity* o *Plain Language Association International* (PLAIN). En el 2.1.1, se aborda el derecho a entender y la comunicación clara, aplicado también a la accesibilidad web y de datos, a la usabilidad de la PLACSP, en el apartado 2.2. En el capítulo 2.3, se plantea la comunicación de la transparencia en España, a raíz de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, para garantizar la accesibilidad y la comprensión a la ciudadanía, de obligado cumplimiento en el sector. El capítulo 2.4 presenta un marco contextual sobre el Tercer Sector de la Comunicación (TSC) en España que, desde una posición independiente, se orienta hacia valores propios del servicio público, a actividades de carácter social, de inclusión, o de economía social, entre otras. En el 2.4.1, se propone incluir al TSC en los contratos de servicios y en la mejora de la transparencia de la contratación pública, así como para el cumplimiento de la contratación responsable y sostenible, a través de la inclusión de cláusulas sociales en estos procesos de licitación que favorezca la entrada de empresas de carácter social, o comprometidas con la responsabilidad social y la inclusión. En el capítulo 3, se plantea la metodología empleada en la investigación a partir de los valores de usabilidad que propuso Nielsen (1994; 1995; 2000), así como de la norma internacional de calidad ISO 9241-11:2018, más actualizada que el estándar internacional ISO 13407 («*Human centred design for interactive systems*») a los criterios de Nielsen, se añaden los de dicha norma en su Guía de especificaciones y medidas de usabilidad, y se utiliza el *checklist* de seguimiento, aplicación y conformidad del estándar. En capítulo 4, se realiza el análisis de la accesibilidad de la PLACSP y en el capítulo 5 se detallan las conclusiones extraídas de la investigación.

## 2. Estado de la cuestión: Críticas y alternativas a la falta de transparencia de la Plataforma de Contratación del Sector Público (PLACSP)

La contratación pública resulta de difícil comprensión debido a la falta de calidad de los datos y de claridad en los procedimientos, que carece de una estrategia de comunicación cuando, por ejemplo, no se traduce el gran volumen de datos con herramientas de visualización que permitirían comprenderlos y realizar evaluaciones de las políticas públicas, dentro de la rendición de cuentas que contempla el espíritu de la ley y del sentido original de la creación de la propia web. Un gran volumen de datos e información sin herramientas de comparación o valoración produce infoxicación (Pintos-Santos *et al.*, 2018), por falta de soluciones profesionales para la búsqueda, tratamiento, análisis y presentación de información que la hagan accesible y comprensible, que facilite el derecho a entender. García Rodríguez (2022) señala que se registra «falta de calidad del dato, interoperabilidad, poca estandarización, etc. No es exclusivo de PLACE [Plataforma de Contratación del Estado] o del ámbito de la contratación, son carencias generalizadas en las AA. PP. [administraciones públicas] españolas» (p. 94). Comparado con el modelo implantado en Reino Unido, necesita de otras herramientas innovadoras para «la detección de licitaciones irregulares (pliegos supuestamente fraudulentos), estimar el precio de adjudicación y predecir un grupo de empresas que puedan llevar a cabo una licitación» (García Rodríguez, 2022, p. 99).

Resulta contradictorio que el cumplimiento del objetivo de transparencia en la PLACSP depende en realidad de iniciativas privadas y profesionales como la de *Populate*, empresariales como la de la CEOE o personales, como la de Jaime García Obregón, que detallamos a continuación. La asesoría *Populate*, fundada en 2015 por Álvaro Ortiz y Fernando Blat, ha desarrollado Gobierno, que trabaja en compromiso cívico, transparencia y participación, así como en diseño de producto digital para la administración pública, el gobierno abierto, la visualización y los datos (Datos.gob.es, s.f). En su blog, aborda las limitaciones de la PLACSP porque proporciona información incompleta, cuando no ofrece los contratos de las comunidades autónomas ni información completa de la contratación pública, a causa de que los datos son incompatibles, la lentitud de las búsquedas que se centran en la licitación, la disparidad de los resultados entre consultas avanzadas o simples. En la práctica, afirma que resulta opaca a la investigación sobre empresas, ventajas en costes o para el análisis estadístico de la información. El blog ofrece una *Guía básica de supervivencia en la plataforma de contratación del sector público: qué hacer y qué no hacer* (Gobierno, s.f).

Otra alternativa es *CEOE Data*, un macrobuscador desarrollado con inteligencia artificial (González, 2023) –para cubrir la falta de eficacia de la PLACSP–, con el cual las empresas pueden acceder a las convocatorias de licitaciones y subvenciones públicas, de diferentes niveles, así como información legislativa.

Desde la iniciativa personal hay que mencionar también el trabajo *hacker* de Jaime Obregón sobre las plataformas de Contratación Pública y que difunde a través de su cuenta de Twitter (@JaimeObregon), donde informa de vulnerabilidades del sistema, su diseño opaco y los fallos y limitaciones de búsquedas, que mantiene que podrían ser intencionados. Por ejemplo, accedió a la base de datos completa del Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Estado (ROLECE) y, como reacción, la página cerró el buscador (Del Castillo, 2022). Así comenzó su trabajo para la mejora de la transparencia, tras conocer que no se puede descargar la base de datos completa —por lo que es imposible cruzar los datos de la PLCSP—, a pesar de que el art. 344 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP) establece que este registro «será público y se podrá acceder de forma abierta previa identificación». Jaime Gómez-Obregón es un activista de la transparencia que ha desarrollado un cronograma de contratos públicos, para entender cómo se adjudican a través de una visualización interactiva de hasta 200 datos por cada expediente.

@JaimeObregon, a través de su cuenta de X —antes *Twitter*—, también señala la falta de transparencia en los contratos institucionales relacionados con la comunicación y la publicidad, de los que contabiliza solo 1297 campañas del Gobierno Vasco entre 2018 y 2022 repartidas entre diferentes medios y que suman varios millones de euros (Obregón, 2023). A esto hay que añadir que el control de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) sobre la publicidad y la comunicación institucional es «cuanto menos, parcial e insuficiente» (Fernández Viso, 2022, p.1), por lo que reclama que se refuercen las competencias para «garantizar la eficiencia y transparencia del proceso» (Fernández Viso, 2022, p.1).

## 2.1 Los derechos de la comunicación

Los derechos de la comunicación, herederos del derecho a la libertad de expresión, se incluyen en las nuevas formas y prácticas en la cultura digital, como un ejercicio personal y autónomo, un concepto más amplio, más flexible y plural (McIver *et al.*, 2003). Tras la irrupción de Internet, el derecho a la información se concretó como el acceso a la información, que se define como el acceso plural, igualitario y efectivo a los espacios de información y comunicación (Liambomba, 2023). El derecho a la comunicación, en el mundo digital, es un espacio de negociación, diálogo e intercambio equilibrado, como un derecho que abre el resto de los derechos.

Todo ello en un mundo ideal, pero en la realidad existe una brecha digital, informacional o tecnológica, la desigualdad en el acceso a la información y al conocimiento, que no sólo depende de la disponibilidad de un equipo sino de formación y competencias (Martín Romero, 2020), que excluye a minorías y grupos desfavorecidos (Olarte Encabo, 2017). Y todavía más, hay una dimensión cultural

esencial de las prácticas comunicativas (Gumucio, 2012). La cultura del software libre ha popularizado el compartir y colaborar, como prácticas *copyleft* (Lessig, 2004), por lo que el ejercicio de la libertad de expresión es la libre circulación de ideas, conocimiento, en una ecología de compartir en Internet; la participación en términos de expresar, defender intereses, valores, iniciativas y/o necesidades, en un contexto de transparencia.

### 2.1.1 El derecho a entender y la comunicación clara

El movimiento social del derecho a entender comenzó en los años setenta y se mantiene activo a través de organizaciones como *Clarity* o *Plain Language Association International* (PLAIN), comprometidas con la simplificación del lenguaje. PLAIN es la asociación fundada en Canadá en 2008 para concienciar sobre la importancia del lenguaje sencillo en las instituciones, empresas, organizaciones comunitarias, educación y comunicación (*Plain Language Association International*, s.f). *La International Plain Language Federation*, en la que se ha agrupado el movimiento, defiende que:

Un comunicado está escrito en lenguaje claro si su redacción, su estructura y su diseño son tan transparentes que los lectores a los que se dirige pueden encontrar lo que necesitan, entender lo que encuentran y usar esa información.

*Plain Language* surgió en los años setenta por la redacción de un pagaré del *Citi-bank* que resultó incomprensible para consumidores, abogados y jueces (Petelin, 2010: 208). Tanto Richard Nixon como Jimmy Carter impulsaron la claridad en la normativa, la eficacia de la comunicación y su comprensión. Veinte años después, Bill Clinton aprobó el *Memorandum on Plain Language in Government Writing. Memorandum for the Heads of Executive Departments and Agencies*, para invitar a la administración a usar un lenguaje sencillo, accesible y comprensible, y ahorrar tiempo y dinero a los sectores público y privado. Barack Obama fue quien publicó la primera legislación sobre el tema con el *Plain Writing Act of 2010* (H.R. 946; Pub. L. 111-274), para que el Gobierno se dirija a la ciudadanía con una escritura clara, como una exigencia a toda la administración, que sea comprensible la información publicada. La Ley de Obama exigió a las agencias federales capacitar a los empleados, a supervisar la redacción de la normativa para que fuera clara, breve y bien estructurada en sus respuestas al público.

El espíritu del *Plain Writing Act* o Ley para una escritura clara de Obama marca el giro hacia un modelo lector-céntrico en la comunicación, la redacción se orienta a la persona destinataria, que se comunica pensando en qué debe entender la ciudadanía, con lenguaje accesible, simplificado y familiar, de mensajes entendibles y escuetos, con apoyo de imágenes e infografía, enfocado a la sencillez y

comprensión. Los valores de la comunicación clara se resumen en sinceridad y transparencia, para producir confianza a partir de mensajes centrados en los hechos y no en opiniones. En segundo lugar, la empatía y la sensibilidad, la vocación pedagógica de explicaciones lineales con detalles, tono de humildad y colaboración, para construir consensos y proporcionar optimismo como energía contagiosa (Gutiérrez-Rubí, 2020). La comunicación clara es más que el lenguaje simple (Montolío y Tascón, 2020), porque la maquetación, las imágenes, la tipografía son también recursos para su logro, de la misma forma que lo son en el mundo publicitario. Los documentos, legislación y norma deben ser comprensibles para todas las personas como llegan a serlo, por ejemplo, los prospectos de medicamentos (Ballesteros-Peña y Fernández-Aedo, 2013; Barrio *et al.*, 2011). La comunicación clara es la fórmula más eficaz y justa de la comunicación política porque es útil, eficiente, más allá de accesible y comprensible, tal y como se ha demostrado a través de las situaciones de crisis, son elementos esenciales de la transparencia.

## 2.2. Accesibilidad web y datos

La accesibilidad es una dimensión de la contratación pública que vincula la actividad con el ejercicio de los derechos humanos (Tornos, 2020). Los poderes públicos tienen la obligación de garantizar la no discriminación y entender la discapacidad o diversidad funcional como un aspecto más de lo humano, como mantiene García-Cuevas (2018) cuando recomienda el diseño universal porque «tiene en cuenta la diversidad humana, la inclusión social y la igualdad, intentando reducir al mínimo la necesidad de soluciones que impliquen algún grado de segregación o la existencia de servicios especiales» (p. 231).

En la digitalización, la transparencia debe orientarse hacia la inclusión digital, según (Robinson, 2005) entendida como:

Conjunto de políticas públicas relacionadas con la construcción, administración, expansión, oferta de contenidos y desarrollo de capacidades locales en las redes digitales públicas, alámbricas e inalámbricas, en cada país y en la región entera. Incluye las garantías de privacidad y seguridad ejercidas de manera equitativa para todos los ciudadanos. (p. 127)

El diseño accesible de textos, contenidos web y herramientas digitales, que debe cumplir los requisitos legales y estándares (Fuertes y Martínez, 2012), como garantía de fortalecer el ejercicio de los derechos, y fomentar la participación ciudadana sea por nivel de alfabetización, discapacidad cognitiva, edad o falta de conocimiento de la lengua.

La Comisión Europea (2021) pide la mejora de los aspectos relacionados con la falta de calidad de la información y el tratamiento de datos cualitativos de contratación pública como mecanismos de control y monitorización de la contratación. Con las tecnologías más habituales en el procesamiento masivo de datos (*big data*

o *data analytics*) o la inteligencia artificial (IA), se logra que esta información cobre significado y valor. Es un ámbito poco desarrollado de la publicidad activa imprescindible para el gobierno abierto y la colaboración público-privada, y que, en el caso de la administración española, es un asunto desatendido en la PLACSP porque «la plataforma es un contenedor de información y los órganos de contratación son los únicos responsables legales en la veracidad e integridad de la información de las licitaciones que suben a la plataforma» (García Rodríguez, 2022, p. 93), pero además porque la «contratación es ya un área cuantitativa» (García Rodríguez, 2022, p. 91).

### 2.3. La comunicación de la transparencia en España

La complejidad técnica, terminológica y el nivel de especialización de los documentos públicos, son un claro obstáculo para quienes no tienen formación especializada, por la inseguridad jurídica que produce la falta de comprensión de la norma (Ruohonen, 2021), por lo que se creó la Comisión de Modernización del Lenguaje Jurídico en 2009 (Sánchez, 2014), así como propuestas de comunicación clara (Montolío, 2014). Sin embargo, no es suficiente, para que la ciudadanía comprenda la normativa o los textos jurídico-administrativos. La publicidad activa, es decir, la que se difunde por iniciativa de los poderes públicos en sus propios sitios web, es fundamental en el real desempeño de la transparencia. Por ejemplo, en Ciudad de Buenos Aires (Argentina) la comunicación ha contribuido a la difusión del sistema de cláusulas sociales, con campañas de sensibilización y acciones de mejora o en Colombia, donde el gobierno ha creado una plataforma para fomentar la participación ciudadana en los procesos de contratación y para comunicar sus beneficios.

El derecho a la comunicación exige una perspectiva dialógica más allá de la transmisión de datos y contenidos, para garantizar el derecho a entender no sólo a los trámites administrativos, sino las interfaces, las aplicaciones, los procedimientos y sus recursos, de la misma forma que es necesario entender los contratos de alquiler, las facturas, las multas, las cláusulas bancarias o los conceptos poco transparentes de los seguros, por ejemplo. La administración debe ofrecer canales adecuados para el diálogo y la interactividad, las consultas online o presenciales, porque es el enfoque necesario para una audiencia que ya no es pasiva, sino prosumidora (Prensky, 2001).

### 2.4. El Tercer Sector de la Comunicación

El Tercer Sector de la Comunicación (TSC) en España se orienta hacia las necesidades y demandas de colectivos, comunidades, movimientos y organizaciones sociales desde una posición independiente tanto del sistema público como del

**Tabla 1.** Comparativa TSC con el espacio privado y estatal.

Atributos	Mercado	Estado	TSC
<b>Propiedad</b>	Privada, orientada hacia la concentración global	Pública, centralizada	Gente y comunidades, dispersa
<b>Foco</b>	Global, con variaciones locales	Nacional, regional	Vinculada a comunidades globalmente
<b>Filosofía</b>	Consumidores	Todos ciudadanos en igualdad de derechos	Actores creativos en comunidades
<b>Metas</b>	Beneficios	Bienestar público general	Participación, empoderamiento, diversidad, etc

Fuente: Elaboración propia a partir de Sáez Baeza (2007).

privado-comercial, con modelos alternativos de gestión y de estructura (Barranquero y Sáez-Baeza, 2023). Para Brevini (2014) se caracteriza por valores propios del servicio público, por temáticas y actividades de carácter social, de inclusión, de economía social. Barranquero y Candón-Mena (2021: 2) muestran una tipología del TSC que va desde los medios comunitarios, no lucrativos y abiertos a la participación; los medios libres, que rechazan publicidad y subvenciones; los medios cooperativos dentro de la economía social y solidaria; los medios educativos, con interés en divulgar conocimiento y agrupados en la Asociación de Radios Universitarias (ARU), y una gran variedad de medios mixtos. Por su parte, el informe sobre medios del TSC publicado por el Parlamento Europeo (2008) ampara a este sector como agente dinamizador del diálogo cultural, la inclusión social y la cohesión comunitaria, y define sus características por la propiedad, que sea de una asociación o colectivo sin ánimo de lucro, que se encargue de su gestión y funcionamiento; que la financiación debe ser reinvertida en el proyecto, sin que haya reparto de beneficios; la gestión debe ser horizontal y participativa, alejada de estructuras jerárquicas; y como objetivos de transformación social y el desarrollo de la democracia mediante el derecho a la información.

Tanto el Parlamento Europeo (2008) como el Comité de ministros del Consejo de Europa (2008) defienden el reconocimiento legal del TSC por su independencia. En la Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010 (LGCA 7/2010) se encuadra como entidades sin ánimo de lucro que se enfrentan a su supervivencia como servicio público con dificultades por la limitación de sus gastos de explotación:

En España, los últimos cambios regulatorios (LGCA 7/2010; LGCA 13/2022) han reconocido la importancia de un sector de medios no lucrativo. Sin embargo, estos marcos legales no han contribuido ni a la expansión del sector ni al fomento de un sistema de apoyo que garantice su pervivencia (García-Caballero *et al.*, 2023, p. 30).

Por sus características, la contratación de entidades sociales y del Tercer Sector, a través de otro tipo de consideraciones sociales y/o ambientales, de innovación o de desarrollo, aporta la mejora de la eficiencia y sostenibilidad de los servicios, bienes u obras. También cuando el objeto contractual requiere de aptitudes específicas en materia social, se podría exigir como requisito de solvencia técnica o profesional la experiencia, conocimientos y medios en el ámbito social o en la sostenibilidad, en los que las empresas del Tercer Sector de la comunicación están mejor posicionadas, porque se orientan, con una gran experiencia, a cuestiones sociales, de inclusión, sostenibilidad, economía social y gestión medioambiental. También fueron pioneras en la aplicación de la perspectiva de género, una temática obligada cuando en la licitación se exige que, en los documentos y comunicaciones derivados del contrato, se utilice un lenguaje no sexista basado en las recomendaciones realizadas en las Guías para el uso no sexista del lenguaje, publicadas por el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2015).

#### *2.4.1. Contratos de servicios de comunicación para la mayor transparencia de la contratación pública*

Los contratos públicos de servicios de publicidad pretenden mejorar la transparencia de estos procesos, de acuerdo con los principios de necesidad, idoneidad y eficiencia (art. 28 LCSP). La Unión Europea, a través del Vocabulario Común de Contratación Pública o CPV (*Common Procurement Vocabulary*), ha clasificado estos contratos como los de Servicios de publicidad y de *marketing* (CPV 79340000), entre los que se encuentran los servicios de consultoría en publicidad, de gestión publicitaria, de campañas de publicidad, de *marketing*, y de promoción.

La propia LCSP establece la prioridad en la contratación de entidades de la Economía Social, a través de la reserva con la que se puede limitar la concurrencia a un concurso público a determinadas entidades mercantiles o sociales. El análisis de la normativa estatal reguladora de cooperativas de trabajo, sociedades laborales y asociaciones, como Entidades de Economía Social, muestra que cumplen los requisitos exigidos para los contratos reservados de la LCSP y, por consiguiente, se debería facilitar su participación en este tipo de procesos (Comet-Herrera, 2022). La reserva de determinados servicios públicos, de carácter cultural, social y sanitario, favorece también a entidades sin ánimo de lucro o con estructuras más democráticas y distributivas. A esta normativa se suma el Plan para el impulso de la contratación pública socialmente responsable<sup>1</sup> que, aunque considera el clausu-

---

1 Orden PCI/566/2019, de 21 de mayo, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Ministros, de 12 de abril de 2019, por el que se aprueba el Plan para el impulso de la contratación pública socialmente responsable en el marco de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

lado social en la contratación pública, no impone en la práctica ninguna obligación adicional a la Administración General del Estado (AGE) u otras entidades públicas.

Sin embargo, los contratos relacionados con la comunicación (más específicamente, los CPV –*Common Procurement Vocabulary*– relativos a la comunicación y el *marketing*) no figuran en el Anexo IV –que concreta la Disposición Adicional 48.<sup>a</sup> de la LCSP– cuando recoge de forma específica a qué contratos se les aplica la reserva, pero si figuran otros de interés para el Tercer Sector de la Comunicación. Entre estos últimos están: servicios educativos y de formación, de organización de exposiciones, ferias y congresos, de organización de seminarios, eventos y festivales, así como servicios comunitarios, sociales y personales, incluso prestados por sindicatos, organizaciones políticas, asociaciones juveniles y otras asociaciones, o prestación de servicios para la comunidad.

A la hora de subcontratar a una entidad la ejecución de una de las actividades objeto de la licitación, el adjudicatario debe contratar los servicios o suministros en lo posible a entidades de la Economía Social recogidas en el artículo 5 de la Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social –cooperativas, las mutualidades, las fundaciones y las asociaciones con actividad económica, las sociedades laborales, las empresas de inserción, los centros especiales de empleo, las cofradías de pescadores, las sociedades agrarias de transformación y las entidades singulares creadas por normas específicas de acuerdo con principios establecidos en la propia ley.

Los criterios sociales, de sostenibilidad y ambientales para mejorar los procesos y tareas comunicativas de la Administración con relación a la contratación pública, se pueden relacionar con la sostenibilidad desde la definición del propio objeto del contrato. La vinculación y relación directa entre estos criterios y el propio objeto del contrato minimiza posibles defectos de forma y su posible impugnación, tal y como indica el artículo 1.3. de la LCSP, tanto en el caso de acreditar medidas de gestión ambiental durante la ejecución del servicio/proyecto para cumplir con el servicio con el menor impacto posible, o bien presentar un plan de reducción de desplazamientos por causa del servicio.

### 3. Metodología

La metodología de este estudio se centra en la evaluación de la Plataforma de Contratación del Sector Público (PLACSP),<sup>2</sup> desde el punto de vista de la usabilidad, que se entiende como el atributo de calidad y facilidad de uso de las interfaces web y la mejora de la experiencia (Nielsen, 1994). La norma ISO 9241-110 (2010)

---

2 La PLACSP es la web que se modificó con la entrada en vigor de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de Garantía de la Unidad de Mercado para sustituir a la antigua Plataforma de Contratación del Estado o PLACE, aunque mantiene el mismo dominio original. Como servicio depende de la Subdirección General de Coordinación de la Contratación Electrónica y está orientado tanto al sector público como a las empresas.

**Tabla 2.** Heurísticas ampliadas.

Heurísticas	Características
Visibilidad del estado del sistema	El sistema informa continuamente a la persona usuaria sobre su estado actual
Coincidencia entre el sistema y el mundo real	Se emplea un lenguaje, expresiones, conceptos e iconos que sean familiares para las personas usuarias
Control y libertad	Existen opciones para revertir acciones, permitiendo deshacer cambios
Consistencia y estándares	Se aplican patrones uniformes en toda la aplicación, alineados con convenciones reconocidas
Prevención de errores	El diseño reduce la probabilidad de que ocurran errores y proporciona mensajes de advertencia si es necesario
Reconocer en lugar de recordar	La carga de memoria es mínima al hacer visibles los elementos, acciones y opciones disponibles
Flexibilidad y eficiencia de uso	El diseño se adapta tanto a personas novatas como a usuarias con más experiencia en la aplicación
Estética y diseño minimalista	La interfaz evita la información innecesaria o que no sea útil
Ayuda en los errores	Se señalan claramente los problemas y se sugieren soluciones
Ayuda y documentación	Se brinda información para guiar a las personas usuarias en la realización de acciones
Diseño adaptativo	Examina que la página web se adapta al dispositivo de la persona usuaria. Las pruebas para el diagnóstico se han llevado a cabo con <i>Responsa</i> <sup>3</sup> , herramienta de código abierto.

Fuente: elaboración propia a partir de Nielsen (1994; 1995; 2000).

específica<sup>3</sup> que se debe definir el grado de eficacia y eficiencia para el logro de objetivos específicos, así como la satisfacción que experimentan las personas usuarias. Nielsen (1994; 1995; 2000), a través de una metodología sencilla y rápida, diagnostica la usabilidad a partir de los principios de evaluación heurística con la que se detectan al menos tres de cada cuatro errores de este tipo. Aunque el modelo de diagnóstico es amplio, autores como Alonso-Ríos *et al.* (2018) detectan una falta de relación entre la heurística y el modelo de usabilidad, que se muestra sobre todo en limitaciones en coherencia visual, exhaustividad, seguridad y conectividad. Por eso se han desarrollado nuevos heurísticos en base a los

3 <http://thiagocanudo.com.br/responsa/>

ya existentes que resuelvan los problemas específicos de las interfaces a estudiar (Quiñones y Rusu, 2017).

Al análisis de las heurísticas, se suma la comprobación de los patrones *del World Wide Web Consortium (WCAG)* que mide el nivel de accesibilidad de una web en función de los estándares W3C, que clasifican el nivel de accesibilidad de una web en tres niveles de adecuación (A), en función del acceso a la información de la web, siendo el nivel 1 (A) imposible de acceder; nivel 2 (AA) difícil de acceder para uno o más colectivos y el nivel 3 (AAA) dificultad moderada de acceso para uno o más colectivos (Riaño Herrera y Ballesteros Ricaurte, 2014). El análisis de los niveles de adecuación se ha realizado mediante la herramienta PowerMapper<sup>4</sup>.

#### 4. Resultados: Análisis de la accesibilidad y usabilidad de la Plataforma de Contratación del Sector Público

Resumimos a continuación al análisis según el modelo descrito, de la mencionada página web:

- La interfaz marca la política comunicativa, y en el caso de la administración pública determina el trato con la ciudadanía porque representa el lugar de interacción (Scolari, 2018), por lo que debe ser sencilla e intuitiva. La interfaz debería introducir a su funcionamiento y su aprendizaje, pero en el caso de esta web no es nada intuitiva no queda claro cuáles son sus funciones y de qué va el sitio.

Figura 1. Página inicio web PLACSP



Fuente: <https://contrataciondelestado.es/wps/portal/>

<sup>4</sup> <https://www.powermapper.com/>

- La información y visibilidad del estado del sistema que recibe la persona usuaria sobre su uso debe ser clara, y mostrar detalles sobre qué está sucediendo. Sin embargo, la web no notifica las actualizaciones del servicio ni de las páginas de error, aunque si lo hace con la suspensión del servicio por mantenimiento. No existen mensajes de prevención de errores ni hay opciones para deshacerlos, o sugerencias para el logro del resultado que se espera. Debería incluir también llamadas a la acción con mensajes como descargar o clique aquí que fueran muy visibles. Sería recomendable mejorar los canales de ayuda o bien facilitar el acceso a otros documentos de consulta.
- Como el propósito del sitio es la búsqueda y la gestión de la información, la casilla para las consultas debería situarse en un lugar central en la interfaz o bien en el lado superior derecho, que es la zona que se reserva para los elementos de interacción. Sin embargo, el portal de búsquedas no aparece hasta llegar a un subdominio. La página web PLACSP sólo facilita como resultado las que coinciden literalmente con el término o los términos utilizados, según las condiciones del filtro de búsqueda, pero no redirige a otra consulta o enlace, o no permite hacer búsquedas por empresas adjudicatarias, no devuelve la última consulta ni se pueden realizar búsquedas cruzadas que mejorarían la transparencia de las contrataciones.

**Figura 2.** Subdominio de PLACSP donde acceder a Búsqueda y Consultas.



Fuente: <https://contrataciondelestado.es/wps/portal/>

- El análisis de la flexibilidad y eficiencia del uso de la página, permite evaluar si existe compatibilidad entre el sitio web y el mundo físico. Sin embargo, el uso no está pensado para personas con pocas competencias digitales ni tampoco para las más avanzadas, ya que no incluye opciones para personalizar o acelerar (por ejemplo, sólo se pueden obtener los resultados de cinco en cinco). Carece de un diseño eficiente y flexible para el uso, resulta pesado para personas con mayores competencias digitales e insuficiente para las menos aventajadas en este campo. La web debería usar

un lenguaje claro y comprensible, pero tanto el estilo de comunicación, como el visual o las nomenclaturas no lo son. La información ofrecida en las búsquedas en la plataforma está llena de tecnicismos y, por tanto, no es apropiada para el público que puede presentar consultas. Los títulos de los contratos, en muchos casos, no facilitan información sobre su objeto o las necesidades a cubrir por la demanda, bien porque no son completos, o bien contienen siglas que pueden resultar desconocidas. Se hace imprescindible en muchos casos acceder a cada licitación para obtener la información básica necesaria y, además, no deja descargar toda la información.

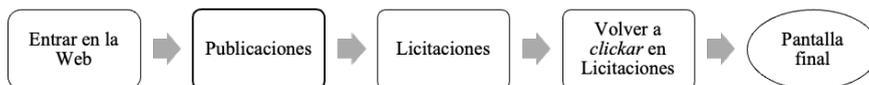
**Figura 3.** Subdominio de PLACSP donde acceder a Búsqueda y Consultas.

Expediente: <a href="#">SC 7-2024</a>		F.Última Actualización: 13-11-2024 20:34
Título del Contrato	El objeto del contrato es el suministro de módulos para escenario	
Categoría	Estructuras diversas.	
F. Fin de presentación:	22-10-2024 14:00:00	
Órgano de Contratación:	Presidencia de la Entidad Local Autónoma La Barca de la Florida	
Importe:	23.966,94	
Último documento publicado:		<b>Anuncio de Adjudicación</b>
Estado de la licitación:		<b>Adjudicada</b>
Expediente: <a href="#">EXP.11/2024</a>		F.Última Actualización: 13-11-2024 20:29
Título del Contrato	Contratación de un servicio de prevención ajeno de las especialidades técnicas preventivas de Seguridad y Salud en el Trabajo, higiene industrial, ergonomía y psicología aplicada y medicina en el [...]	
Categoría	Servicios de consultoría en salud y seguridad.	
F. Fin de presentación:	06-09-2024 23:59:00	
Órgano de Contratación:	Gerencia del Organismo Autónomo de Gestión Tributaria	
Importe:	41.440,00	
Último documento publicado:		<b>Anuncio de Adjudicación</b>
Estado de la licitación:		<b>Adjudicada</b>
Expediente: <a href="#">2024-04367</a>		F.Última Actualización: 13-11-2024 20:22

Fuente: <https://contrataciondelestado.es/wps/portal/>

- No se aplica la regla de los tres clics (Jiménez *et al.*, 2018) que limita el número de pasos intermedios para garantizar un acceso más directo, respetar la libertad para salir, deshacer, cancelar o editar, navegar por páginas, o volver a un contenido anterior. Sin embargo, en esta web la navegabilidad de la página tiene una estructura obsoleta y jerarquizada porque impide realizar búsquedas cruzadas y obtener información a través de palabras clave, aunque sí ofrece opciones (no siempre todas visibles).

**Figura 4.** Recorrido hasta licitaciones.



Fuente: Elaboración propia.

- El diseño debe ser de calidad y coherente, un estilo común de tipografía y color, y que permita comprender toda la información, con una estructura de contenidos sencilla y lógica en la que se muestren los enlaces de forma diferencial al resto del texto. El menú de navegación debe ser claro, bien estructurado, no debe ser muy extenso y es recomendable que no contenga muchos submenús. El diseño de esta web no es consistente, porque no orienta sobre la importancia de los contenidos a través del tamaño y color de la tipografía, ni de una estructura sencilla y lógica. El uso de epígrafes en mayúsculas y la descripción de contenidos se alejan de la expresión escrita en castellano, y no están justificados.

**Figura 5.** Menú y submenús desplegados.



Fuente: <https://contrataciondelestado.es/wps/portal/>

- El diseño, aunque sencillo, resulta insuficiente para que el contenido sea intuitivo y claro, aparece información que no es siempre relevante y que resulta confusa para su lectura. Debe existir un equilibrio entre el diseño y la información para que la web no resulte sobrecargada y sea amigable. El uso de los espacios en blanco debe contribuir a la estructura de contenidos, a su separación y diferenciación, pero la información que presenta no es siempre relevante y resulta confusa para la lectura. La extensión del nombre de algunos expedientes dificulta un diseño más intuitivo.
- La página web de la PLACSP no está indexada en buscadores, hecho que limita la localización de contenidos concretos y de expedientes a la propia

web y dentro de la jerarquía de su navegabilidad (Bar-Ilan, 2002). Para lograr acceso directo desde buscadores, habría que optimizar tanto el peso de los archivos como el tiempo de carga de los documentos.

- Esta página web no cuenta con diseño adaptable o responsivo, ya que no se visualiza de forma correcta en todos los dispositivos y sistemas operativos, cuando se han probado las resoluciones de pantalla más habituales en dispositivos móviles (teléfonos inteligentes, tabletas y portátiles).

**Figura 6.** Comprobación web *responsive*.



Fuente: <http://thiagocanudo.com.br/responsa/>

- La accesibilidad de la página no se adapta a los estándares *del World Wide Web Consortium (W3C)*. Como página institucional, debería ser accesible, una característica que también es siempre el máximo estándar de la usabilidad. La Web encuentra problemas en los niveles de adecuación 1 (A) y 3 (AAA), ello implica que pueda llegar a ser inutilizable para algunas personas.

**Tabla 2.** Índice *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)*.

Nivel	Parámetros WCAG encontrados	Interpretación
A	X	Problemas de inutilidad
AA		Dificultad de acceso
AAA	X	Dificultad moderada de acceso

Fuente: Elaboración propia a partir de los indicadores marcados por *Power Mapper*.

## 5. Conclusiones

La PLACSP evidencia notables limitaciones en términos de usabilidad, accesibilidad y transparencia. Su interfaz no es intuitiva, lo cual complica la interacción ciudadana, y carece de visibilidad sobre el estado del sistema, así como de notificaciones preventivas que faciliten el uso. La funcionalidad de búsqueda, limitada en filtros y opciones avanzadas, restringe el acceso a información clave y afecta la transparencia en los procesos de contratación pública. El diseño visual y estructural resulta inconsistente y presenta un exceso de tecnicismos que dificultan la comprensión; además, no está adaptado para dispositivos móviles ni es fácilmente localizable en buscadores externos, lo que afecta su accesibilidad. Estos problemas impactan a usuarios tanto avanzados como inexpertos en competencias digitales, comprometiendo la efectividad de la PLACSP como herramienta de consulta pública.

La página web de la PLACSP, que debería garantizar la transparencia de la información, es a efectos de diagnóstico una pantalla opaca ya que se oculta información relevante, cuando no facilita consultas ni diagnósticos esenciales para el ejercicio de la transparencia. No permite realizar búsquedas cruzadas —por ejemplo, para saber si forman parte de un mismo grupo empresarial o de una Unión Temporal de Empresas (UTE)—, ni da información sobre las administraciones para las que obtienen licitaciones y contratos, tampoco el importe global de los contratos con diferentes instancias del sector público, o cuáles son los precios más frecuentes de compras y contratos de servicios. No facilita conocer a los titulares de las adjudicaciones, si proceden del sector público o han desempeñado responsabilidades públicas, así como tampoco, qué administración (municipal, autonómica o estatal) es la que más contratos públicos firma con una determinada empresa, o cómo evolucionan estos datos a través del tiempo.

La Administración contratante debe tener claro el criterio de transparencia de sus procesos porque, como ha quedado demostrado, las prácticas resultan insuficientes cuando las plataformas webs no son útiles ni entendibles por la ciudadanía y los operadores económicos. Se hace necesario contar con herramientas que den una información más amplia, estructurada y comprensible. En este sentido, se propone como futura línea la investigación en el diseño de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial o el *blockchain* para la mejora de la transparencia (Benítez-Eyzaguirre, 2021) y la eficiencia en los procedimientos de contratación pública, garantizando la integridad y la verificabilidad de la información.

La puesta en práctica de estas cuestiones exige de la participación de profesionales y empresas del sector de la comunicación para hacer efectiva la rendición de cuentas, por lo que se propone integrar al TSC en los procesos de la transparencia y la contratación pública responsable, como puentes con la ciudadanía. Las empresas del TSC están orientadas al bien común, por encima del beneficio económico y,

por tanto, son un cauce para el logro de la transparencia. Los contratos públicos que podrían asumir estas entidades para satisfacer las necesidades comunicativas de la Administración estarían relacionados con la publicidad y *marketing*, la prestación de asistencia técnica para mejorar la comunicación de la contratación pública, de los procesos y herramientas utilizadas para que la ciudadanía y los operadores económicos accedan a esta información.

La inclusión de cláusulas sociales en la licitación pública tiene como objetivo fomentar la contratación responsable y sostenible, la inclusión laboral de personas con discapacidad, la igualdad de género o el respeto al medio ambiente. Los beneficios de esta normativa también se dirigen a empresas sin ánimo de lucro o con compromiso para la reinversión de sus beneficios en función de sus objetivos sociales, cuando impulsan una cultura sensible al desarrollo sostenible, otras formas de organización y trabajo, fomentar el valor del uso, o la autonomía y emancipación. Puede ser un ámbito de oportunidades para que empresas comprometidas con la responsabilidad social y el impacto positivo en la sociedad participen en igualdad de condiciones en los procesos de licitación y opten a la adjudicación de contratos públicos.

Las empresas del TSC deberían tener prioridad en el sistema de cláusulas sociales de la contratación pública, para el logro de los objetivos cuando la comunicación es esencial para generar conciencia, la sensibilización, el fomento de la participación ciudadana, y una cultura de cambio. Más allá del papel en la escritura clara y simplificada del lenguaje técnico y legal, de facilitar información en formatos accesibles y comprensibles para el público, la comunicación construye la coherencia entre las formas de expresión y las políticas, entrelaza las visiones públicas con las necesidades y reduce las contradicciones del modelo que pesan sobre su imagen pública.

## Referencias

Alonso-Ríos, David; Mosqueira-Rey, Eduardo y Moret-Bonillo, Vicente (2018). A systematic and generalizable approach to the heuristic evaluation of user interfaces. En: *International Journal of Human-Computer Interaction*, Vol.34. n°12, 1169-1182. doi: <https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1424101>

Ballesteros-Peña, Sendoa y Fernández-Aedo, Irrintzi (2013). Análisis de la legibilidad lingüística de los prospectos de los medicamentos mediante el índice de Flesch-Szigriszt y la escala Inflesz. En: *Anales del Sistema Sanitario de Navarra*, Vol.36, n°3, 397-406. doi: <https://dx.doi.org/10.4321/S1137-66272013000300005>

Barranquero, Alejandro y Candón-Mena, José Ignacio (2021). La sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación en España. Diseño y aplicación de un mo-

delo de análisis al estudio de caso de El Salto y OMC Radio. *REVESCO*. En: *Revista de Estudios Cooperativos*, n°137, 1-20. doi: <https://dx.doi.org/10.5209/rev.71863>.

Barranquero, Alejandro y Sáez-Baeza, Chiara (2023). Fundamentos teóricos del Tercer Sector de la Comunicación. De las vertientes difusionistas a los desafíos actuales en torno a los derechos humanos. En Candón-Mena, José. (ed.), *El Tercer Sector de la Comunicación. Manual didáctico*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Barrio, Inés María; Simón-Lorda, Pablo; Melguizo, Miguel y Molina, Adoración (2011). Consenso sobre los criterios de legibilidad de los folletos de educación para la salud. En: *Anales del sistema sanitario de Navarra*, Vol.34, n°2, 153-165. doi: <https://dx.doi.org/10.4321/S1137-66272011000200003>

Bar-Ilan, Judith (2002). How much information do search engines disclose on the links to a web page? A longitudinal case study of the 'cybermetrics' home page. En: *Journal of Information Science*, n°28, 455 - 466. doi: <https://doi.org/10.1177/016555150202800602>.

Benítez-Eyzaguirre, Lucía (2021). Blockchain para la transparencia, gestión pública y colaboración. En: *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, Vol.18, n°1, 23-32.

Brevini, Benedetta (2014). Public service and community media. En Robin Mansell y Peng Hwa Ang (eds.), *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*. Londres: John Wiley & Sons. doi: <https://doi.org/10.1002/9781118767771.wbiedes045>.

Comet-Herrera, David (2022). La nueva reserva de contratos públicos de servicios sociales, culturales y sanitarios en España a cooperativas de trabajo asociado, sociedades laborales y asociaciones. En: *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, n°106, 5-30.

Datos.gob.es. (s.f). *Populate*. Ministerio para la transformación digital y de la función pública. Consultado el 17 de enero de 2025 en <https://datos.gob.es/es/casos-exito/populate>

Del Castillo, Carlos (22 de marzo de 2022). Hacienda inhabilita su buscador de licitadores tras liberar un hacker toda la base de datos. *eldiario.es*. Consultado el 17 de enero de 2025 en [https://www.eldiario.es/tecnologia/hacienda-inhabilita-buscador-licitadores-liberar-hacker-base-datos\\_1\\_8851519.html](https://www.eldiario.es/tecnologia/hacienda-inhabilita-buscador-licitadores-liberar-hacker-base-datos_1_8851519.html)

Fernández Viso, Ana (2022). El papel de la CNMC como vigilante del funcionamiento del sistema de publicidad institucional del Estado y de su impacto en el mercado y propuestas para fortalecerlo. En: *Derecom. Derecho de la Comunicación*, n°33, 87-112.

Fuertes Castro, José Luis y Martínez, Loïc (2012). Accesibilidad web: legislación y estándares. En: Laura Nieto, Betania Groba, Thais Pousada y Javier Pereira-Loureiro (Coords.) *Aplicación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la vida diaria de las personas con discapacidad*, A Coruña: Universidad de La Coruña, Servizo de Publicacións.

García-Caballero, Sara; Barranquero, Alejandro, y Candón-Mena, José Ignacio (2023). Cartografiando el Tercer Sector de la Comunicación en España. En: Isabel Lema-Blanco (Ed.), *Alfabetización mediática y medios de comunicación. Experiencias, aprendizajes y potencialidades de los medios comunitarios* (A Coruña: Ayuntamiento A Coruña.

García Rodríguez, Manuel (2022). Tecnologías digitales para el control de la contratación pública. En: *Auditoría pública: revista de los Órganos Autónomos de Control Externo*, n°79, 89-100.

García-Cuevas Roque, Elena (2018). Hacia la eliminación de los obstáculos discapacitantes en la sociedad de la información. En: *Anales de la Real Academia de Doctores*, Vol.3, n°2, 213-245.

Gobierno. (s.f). Plataforma de Contratación del Sector Público (PLACSP), antigua Plataforma de Contratación del Estado. Consultado el 17 de enero de 2025 en <https://www.gobierno.es/blog/plataforma-de-contratacion-del-sector-publico-placsp>

González, Rocío (25 de mayo de 2023). CEOE Data: inteligencia artificial al servicio de las empresas. *CincoDías El País*. Consultado el 17 de enero de 2025 en [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2023/05/22/pyme/1684771086\\_662102.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2023/05/22/pyme/1684771086_662102.html)

Gumucio Dagon, Alfonso (2018). El derecho a la comunicación: articulador de los derechos humanos. En: *Razón y Palabra*, Vol.22, n°1\_100, 207-233.

Gutiérrez Rubí, Antonio (2020). Comunicación clara y liderazgo ejemplar. En: *Más poder local*, n°42, 27-32.

Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2015). *Guía para el uso no sexista del lenguaje*. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Consultado el 17 de enero de 2025 en [https://www.inmujeres.gob.es/servRecursos/formacion/GuiasLengNoSexista/docs/Guiaslenguajenosexista\\_.pdf](https://www.inmujeres.gob.es/servRecursos/formacion/GuiasLengNoSexista/docs/Guiaslenguajenosexista_.pdf)

Jiménez Iglesias, Lucía; Aguilar Paredes, Carlos; Sánchez Gómez, Lydia y Pérez-Montoro Gutiérrez, Mario (2018): Experiencia de usuario y medios de comunicación. La regla de los tres clics en las webs de periódicos para smartphones. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, n°73, 595-613. doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2018-1271>

Lessig, Lawrence (2004). *Por una cultura libre. Cómo los grandes medios están usando la tecnología y las leyes para clausurar la cultura y controlar la creatividad*. Madrid: Traficantes de sueños.

Liambomba, Didier Yangonzela (2023). The Right of Access to Public Information: Human Rights Issues, Transparency and Good Governance En: *Constitutionale*, Vol.4, n° 1, 1-28. doi: <https://doi.org/10.25041/constitutionale.v4i1.2601>

Martín Romero, Ana María (2020). La brecha digital generacional. En: *Temas laborales: Revista andaluza de trabajo y bienestar social*, n° 151, 77-93.

McIver, William, Birdsall, William, y Rasmussen, Merilee (2003). The Internet and the right to communicate. En: *First Monday*, n° 8. doi: <https://doi.org/10.5210/fm.v8i12.1102>.

Montolío, Estrella (Ed.). (2014). *Hacia la modernización del discurso jurídico*. Barcelona: Universitat de Barcelona.

Montolío, Estrella y Tascón, Mario (2020). *El derecho a entender*. Madrid: Los libros de la Catarata.

Nielsen, Jakob (30 de enero de 2020). *10 Usability Heuristics for User Interface Design*. Nngroup. Consultado el 17 de enero de 2025 en <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Nielsen, Jakob (1995). *How to conduct a heuristic evaluation*. Nngroup. Consultado el 17 de enero de 2025 en <https://www.nngroup.com/articles/how-to-conduct-a-heuristic-evaluation/>

Obregón, Jaime [@JaimeOgregon]. (10 de mayo de 2023). *¡Ya tengo una versión 0.01 (MUY temprana aún)! De la herramienta para explorar el gasto en publicidad y comunicación* [Post]. X. Consultado el 17 de enero de 2025 en <https://x.com/JaimeObregon/status/1656266597370142720>

Olarte Encabo, Sofía (2017). Brecha digital, pobreza y exclusión social. En: *Temas laborales: Revista andaluza de trabajo y bienestar social*, n° 138, 285-313.

Petelin, Roslyn (2010). Considering plain language: issues and initiatives. En: *Corporate Communications: An International Journal*, Vol.15, n° 2, 205-216. doi: <https://doi.org/10.1108/13563281011037964>.

Pinto-Santos, Alba Ruth, Díaz Carreño, Jarold Antonio y Santos-Pinto, Yorly Andrea (2018). Infoxicación y capacidad de filtrado: desafíos en el desarrollo de competencias digitales. En: *Etic@ net. Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento*, Vo.18, n° 1, 102-117. doi: <http://dx.doi.org/10.30827/eticanet.v18i1.11884>

Plain Language Association International (s.f). *Who we are*. Consultado el 17 de enero de 2025 en <https://plainlanguagenetwork.org/about/who-we-are/>

Quiñones, Daniela, y Rusu, Cristian (2017). How to develop usability heuristics: A systematic literature review. En: *Computer standards & interfaces*, n° 53, 89-122. doi:<https://doi.org/10.1016/j.csi.2017.03.009>

Riaño Herrera, Jairo Armando y Ballesteros Ricaurte, Javier Antonio (2014). Aspectos y normas de accesibilidad web. En: *Ing. USBMed*, Vol.5, n° 2, 26-32.

Robinson, Scott (2005). Reflexiones sobre la inclusión digital. En: *Nueva sociedad*, n° 195, 126-140.

Ruohonen, Jukka (2021). Assessing the Readability of Policy Documents on the Digital Single Market of the European Union. En: *2021 Eighth International Conference on eDemocracy & eGovernment (ICEDEG)*, 205-209. doi: <https://doi.org/10.1109/ICEDEG52154.2021.9530996>

Sáez Baeza, Chiara (2007). *Tercer Sector de la Comunicación y Digitalización. Situación Internacional en el Ámbito Televisivo*. Consejo Nacional de Televisión: Santiago de Chile. Consultado el 17 de enero de 2025 en <https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/04/tercersectorcomunicacion.pdf>

Sánchez Hernández, Ana (2014). Razones y objetivos que motivaron la creación de la Comisión de Modernización del Lenguaje Jurídico por acuerdo del Consejo de Ministros, de 30 de diciembre de 2009. En: Estrella Montolío Durán (Ed.), *Hacia la modernización del discurso jurídico*. Barcelona: Universitat de Barcelona.

Scolari, Carlos Alberto (2021). *Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología*. Barcelona: Editorial Gedisa.

World Wide Web Consortium. (s.f.). *Accessibility Principles*. W3C. Consultado el 5 de noviembre de 2024 en <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility/principles/#standards>