

## Conclusiones

### XII Seminario Internacional de Lengua y Periodismo

#### «Lenguaje claro, un reto de la sociedad del siglo XXI»

- La comunicación clara es aquella en la que el ciudadano puede **encontrar** fácilmente la información que necesita, **comprenderla** sin dificultad y **tomar**, con conocimiento, **sus decisiones**.
- Este tipo de comunicación es **un derecho de los ciudadanos**. Las administraciones y empresas deben comunicarse de forma clara con ellos. La claridad de los mensajes está vinculada a la transparencia y la responsabilidad.
- **No supone una simplificación** en sentido negativo **ni una actitud condescendiente** hacia el receptor. Implica claridad y precisión, no pérdida de contenido.
- Para elaborar mensajes claros es imprescindible **pensar en el destinatario** antes que en el entorno desde el que se producen (administración, empresa...).
- Las **leyes han de estar redactadas en lenguaje claro** para que todos los documentos que derivan de ellas (reglamentos, instrucciones, formularios...) puedan ser claros.
- La comunicación clara **es rentable**. Aumenta la confianza en las empresas e instituciones, mejora su reputación y ahorra costes derivados de una incorrecta comprensión de formularios, cartas y de todo tipo de comunicaciones.
- La comunicación clara **es texto** pero también **estructura, edición, lenguaje visual, diseño, interactividad, usabilidad, experiencia de usuario...** Debe tenerse en cuenta en todos los canales de relación entre el ciudadano y las administraciones y empresas (ordenador, móviles...).

- Para aplicar las pautas de lenguaje claro es necesario que las organizaciones tengan una voluntad decidida, pero no solo eso. Se necesita **profesionalizar el proceso** con la participación de personas especializadas que conozcan las técnicas y pautas.
- Para que los programas de clarificación del lenguaje tengan éxito deben estar **impulsados desde las más altas instancias de cada organización**. Son proyectos de larga duración, que necesitan equipos formados por expertos en la materia de la que se trate, lingüistas y especialistas en lenguaje claro, diseño, usabilidad...
- La existencia de **manuales y cursos de lenguaje claro** es necesaria, pero insuficiente si luego no hay una exigencia de aplicación.
- El lenguaje claro **no es lo mismo que la lectura fácil** (dirigida sobre todo a personas con dificultades cognitivas), pero comparten el objetivo de que todos los ciudadanos tengan la información que necesitan de forma comprensible.
- **La prensa no debe renunciar a la claridad** en sus contenidos, forma ni estructura. El ritmo de producción de las noticias y la disminución y hasta eliminación de la figura del editor afectan negativamente al producto final y con frecuencia lo convierten en menos claro.
- **La prensa debe evitar trasladar a sus lectores** los eufemismos y otras fórmulas de **lenguaje oscuro** que, a menudo, emplean las fuentes.