

REMEDIOS DEL REGULADOR FRENTE A LA ILEGIBILIDAD DE LAS CLÁUSULAS PREDISPUESITAS EN LOS CONTRATOS BANCARIOS Y FINANCIEROS¹

Remedies of the regulator against the illegibility of the predisposed clauses in the banking and financial contracts

ANA MIRANDA ANGUIA²

Becaria del Departamento de Derecho Público y Económico. Área de Derecho Mercantil.
Universidad de Córdoba

Revista de Derecho del Sistema Financiero 3
<https://doi.org/10.32029/2695-9569.01.10.2022>
Enero – Junio 2022
Págs. 281–316

RESUMEN: Las entidades bancarias y financieras vienen utilizando frecuentemente letra pequeña e ilegible en sus contratos. Ante esta mala práctica contractual ha tenido que reaccionar el regulador. Primero lo hizo el Banco de España, a través de su Circular 5/2010 sobre transparencia de los servicios bancarios y responsabilidad en la concesión de préstamos. Más tarde, intervino el legislador nacional, mediante la Ley 3/2014 de modificación

ABSTRACT: Banks and financial institutions have been frequently using fine and illegible print in their contracts. The regulator has had to react to this bad practice. First, the Bank of Spain intervened, through its Circular 5/2010 on transparency of banking services and responsibility in the granting of credit. Later, the national legislator also acted, through Law 3/2014 amending the Consolidated Text on Consumers. This paper analyzes this

1. Este trabajo se inserta dentro del Proyecto de investigación nacional (referencia: PID2020-117872RB-100) financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España, dentro del Proyecto de investigación autonómico (referencia: P20_00002) financiado por la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía y dentro del proyecto FEDER-UCO (referencia: 1380525-R) financiado por la Universidad de Córdoba.
2. En concreto, la autora es beneficiaria de una Beca Semillero de Investigación de la Universidad de Córdoba durante el curso 2021/2022, ejecutada bajo la dirección del Prof. Dr. Javier Pagador López.

del Texto Refundido de Consumidores. Este trabajo presta atención a esta normativa y a los remedios que contiene para evitar que el uso de letra pequeña e ilegible en condiciones generales y cláusulas predispuestas pueda perjudicar negativamente a la clientela. Finalmente, se centra en el principio de la integración publicitaria del contrato, defendiendo la expulsión del documento contractual de aquellas cláusulas no negociadas por las partes que incluyan contenidos publicitarios en letra pequeña e ilegible que contradigan el mensaje principal.

PALABRAS CLAVE: Letra pequeña e ilegible, Contrato bancario y financiero, Control de transparencia formal, Publicidad no integradora del contrato.

regulation and the remedies it offers to avoid that the use of fine and illegible print in general conditions and predisposed clauses can negatively harm the clientele. Finally, it focuses on the principle of advertising integration of the contract, defending the expulsion from the contractual document of those clauses not negotiated by the parties that include advertising content in small and illegible print that contradicts the main message.

KEYWORDS: Fine and illegible print, Banking and financial contract, Formal transparency control, Non-inclusive advertising of the contract.

SUMARIO: I. PLANTEAMIENTO DE LA CUESTIÓN Y PRINCIPALES OBJETIVOS PERSEGUIDOS. II. EL FRECUENTE USO DE LETRA PEQUEÑA E ILEGIBLE EN EL SECTOR BANCARIO Y FINANCIERO. III. LA REACCIÓN DEL REGULADOR FRENTE A LA LETRA PEQUEÑA E ILEGIBLE: LAS CIRCULARES DEL BANCO DE ESPAÑA 5/2012 Y 4/2020 Y EL ARTÍCULO 80 DEL TEXTO REFUNDIDO DE CONSUMIDORES. IV. MECANISMOS DE DEFENSA JURÍDICA FRENTE A LA ILEGIBILIDAD DE LAS CLÁUSULAS PREDISPUESAS EN LOS CONTRATOS SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. 1. *La normativa aplicable: los artículos 80 y siguientes del Texto Refundido de Consumidores y la Ley de Condiciones Generales de la Contratación.* 2. *El control de transparencia formal o control de inclusión o de incorporación.* 2.1. Concepto y finalidad. 2.2. Exigencias de transparencia formal: en concreto, la prohibición de la ilegibilidad derivada del requisito de la perceptibilidad. 2.3. Especialidades del control de transparencia formal en el sector asegurador. 3. *El control de transparencia material: su inaplicación a las cláusulas en letra pequeña e ilegible que infringen la exigencia de la perceptibilidad en el sector bancario y financiero.* V. LA EXPULSIÓN DEL CONTRATO DE LAS CLÁUSULAS NO NEGOCIADAS INDIVIDUALMENTE QUE RECOGEN LA LETRA PEQUEÑA E ILEGIBLE UTILIZADA POR LAS ENTIDADES BANCARIAS Y FINANCIERAS EN SU ACTIVIDAD PROMOTORA DE LA CONTRATACIÓN. 1. *Consideraciones preliminares sobre el significado y alcance del principio de la integración publicitaria del contrato.* 2. *Determinación de las circunstancias que han de concurrir para que puedan expulsarse del contrato las cláusulas que recogen la letra pequeña e ilegible de la publicidad.* VI. CONCLUSIÓN. VII. ADENDA. VIII. BIBLIOGRAFÍA.

I. PLANTEAMIENTO DE LA CUESTIÓN Y PRINCIPALES OBJETIVOS PERSEGUIDOS

D. Doroteo, con la intención de afrontar el pago de los estudios de su hijo, celebró un contrato de préstamo con una entidad financiera. Como casi la totalidad de los negocios de este tipo, el contrato se concluyó a través de la técnica de las condiciones generales de la contratación. Transcurrido un tiempo, se dio cuenta de que la entidad bancaria le estaba cobrando en concepto de intereses una cuantía superior a la fija que venía siendo habitual. Sorprendido por este hecho, decidió acudir a la sucursal más cercana para subsanar lo que entendía

que estaba siendo un error. Una vez allí, un empleado revisó las operaciones y le explicó que no había defecto alguno, ya que la cláusula 27 del contrato, escrita en una letra de tamaño diminuto, disponía que a partir del segundo año la cuantía a abonar en concepto de interés aumentaba un 15%. A pesar de que dicha cláusula estaba inserta en el clausulado del contrato firmado por D. Doroteo, este no conocía su existencia. De hecho, no la había leído. Y aunque lo hubiese intentado, le habría resultado muy complicado o casi imposible, pues letra con la que estaba redactada la estipulación era tan minúscula que para leerla le habría hecho falta utilizar una lupa.

Aunque este supuesto no es real, ejemplifica una práctica que guarda un inmenso parecido con la realidad. Aquí nos resulta útil para situarnos ante la problemática objeto de estudio en este trabajo, relativa al empleo por las entidades bancarias y financieras de letra pequeña e ilegible en los contratos que celebran con su clientela. La cuestión que surge de su lectura podría formularse del modo siguiente: ¿Es lícita la pretensión de la entidad bancaria de aumentar la cuantía a cobrar a D. Doroteo en concepto de intereses en virtud de lo dispuesto en la cláusula número 27 del contrato? En nuestra opinión, esta pregunta merece un “no” por respuesta. Pues bien, encontrar los fundamentos jurídicos de esta respuesta negativa es la principal tarea que aquí perseguimos. En concreto, nos proponemos analizar qué remedios ha dispuesto el regulador para hacer frente a estas malas prácticas que pueden lesionar los intereses económicos de consumidores y clientes.

II. EL FRECUENTE USO DE LETRA PEQUEÑA E ILEGIBLE EN EL SECTOR BANCARIO Y FINANCIERO

Antes de avanzar en nuestra exposición hemos de empezar señalando que cuando hablamos aquí de *letra pequeña* utilizamos estos términos en sentido estricto, para aludir a aquel tipo de letra inserta en el contrato (o previamente a él, en la documentación precontractual o promocional) que se caracteriza por estar redactada en unos caracteres tan minúsculos o diminutos (en relación con el contenido principal o la parte central o esencial del contrato) que impiden su correcta lectura y la convierten en ilegible³. Su utilización está tan ampliamente difundida en la actividad de promoción y conclusión de la contratación que incluso ha llegado a hablarse de una “pandemia” en el uso de la letra pequeña en el tráfico económico de nuestros días⁴. En particular, así viene ocurriendo en un sector tan importante

3. Por tanto, no hablamos de letra pequeña en sentido amplio. Desde este otro punto de vista, con este término se alude a los “contratos celebrados a través de condiciones generales y clausulados predispuestos”, a los que en ocasiones se les suele denominar también “contratos con letra pequeña”. En este sentido amplio se alude, por ejemplo, a la “letra pequeña”, en CONSERJERÍA DE EMPLEO, ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID, *Guía cláusulas abusivas: la letra pequeña de los contratos*, en <http://www.madrid.org>.

4. CABEZAS GONZÁLEZ, M., “La letra pequeña”, en <https://www.periodicoelbuscador.com>.

como el bancario y financiero, incluido el asegurador, donde se ha venido constatando un uso generalizado de esta práctica. Sirva como botón de muestra que, según recoge la prensa, entre enero y marzo de 2018, el Supervisor tuvo que enviar 160 notificaciones a las entidades financieras pidiéndoles que hicieran un buen uso de la publicidad y de la documentación precontractual, con la finalidad de que la información que a través de ella se ofrece a los clientes fuese en todo momento clara, verdadera, legible y objetiva⁵. La relevancia y frecuencia de esta práctica en el sector bancario y financiero es confirmada por un considerable número de decisiones judiciales que declaran nulas ciertas cláusulas contractuales redactadas con un tipo de letra tan diminuto que se hace muy difícil (casi imposible) su lectura. A modo de ejemplo, pueden citarse las siguientes⁶:

1.^a) La SAP de Barcelona (Sección 11.^a) de 2 de marzo de 2017, relativa a un litigio sobre una reclamación de cantidad (de 4.530'25 euros, en concepto de principal, más los correspondientes intereses) que una entidad mercantil dirigía a uno de sus clientes. Frente a dicha reclamación, el cliente alegaba que el tipo de interés fijado en el contrato (que era del 24'51%) debía considerarse usurario, por ser muy superior al normal del dinero y muy desproporcionado en relación con las circunstancias del caso y, por tanto, que debía considerarse abusivo. La Audiencia Provincial de Barcelona da la razón al cliente con la siguiente argumentación: “En el supuesto ahora examinado las estipulaciones contractuales no son claras ni comprensibles. Para empezar, resulta imprescindible la ayuda de una lupa para poder leer las condiciones generales, transcritas en letra microscópica, por lo que difícilmente han podido ser aceptadas por la parte prestataria”⁷.

2.^a) El Auto de la Audiencia Provincial (en adelante: AAP) de Castellón (Sección 3.^a), núm. 211, de 7 de septiembre de 2017, que analiza la reclamación que una entidad bancaria realiza a uno de sus clientes por el impago de las cuotas de una tarjeta de crédito de la que era titular. Según la Audiencia, la cláusula que fija los intereses estaba redactada en una letra “minúscula” para cuya lectura “se necesita el uso de una lupa, no siendo

5. CAMARERO, J. M., “La publicidad con letra pequeña se dispara en la banca”, en <https://www.elnortedecastilla.es>; los criterios del Departamento de conducta de mercado y reclamaciones del Banco de España se encuentran accesibles para su consulta en <https://www.bde.es>.

6. A algunas de ellas se refiere SEVILLA CÁCERES, F., “Nulidad de la cláusula de intereses al redactarse en letra microscópica”, en <https://www.mundojuridico.info>.

7. “Además (añade la Audiencia) aún de un examen con lupa, determinados párrafos del contrato son de imposible lectura y la cláusula general que fija el interés remuneratorio de la línea de crédito no supera el necesario control de transparencia de un elemento esencial del contrato que permita al consumidor percibir de una manera clara cuál es la carga económica que le afecta de dicho contrato, lo cual permite examinar la abusividad de la condición general, con la consecuencia en este caso, de decretar su nulidad, por abusiva”. A esta SAP de Barcelona se alude, por ejemplo, en ABOGADOS PÉREZ ORTIZ, “Nulidad de las cláusulas de un contrato con letra microscópica” (en <https://www.Abogadosperezortiz.com>).

suficientes las lentes usuales de lectura”. Por eso, el Tribunal decide limitar las pretensiones de la entidad financiera, permitiéndole reclamar solo el principal de la deuda (4.600 euros), pero no los intereses (766 euros) Para ello, anula la cláusula que los fija, por estar redactada en un tipo de letra excesivamente pequeña que no cumple la exigencia legal de la legibilidad. En palabras de la Audiencia, “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”⁸.

3.^a) El AAP de León, de 4 de noviembre de 2019, que trata un tema de gran actualidad, como es el relativo a las tarjetas revolving, resuelto en el mismo sentido por nuestro Tribunal Supremo (en lo sucesivo: TS) en la STS 600/2020, de 4 de marzo⁹. Este AAP resuelve un recurso de apelación de “COFIDIS, S.A. Sucursal en España” contra una resolución que declaraba abusivas y nulas determinadas cláusulas generales de un contrato relativo a “créditos revolving”. En concreto, la AP sostiene que “la redacción del contrato que se analiza, en lo que se refiere a los intereses remuneratorios, no cumple con el umbral mínimo de transparencia exigido por el TJUE y ello porque un elemento esencial del contrato como es el precio que finalmente ha de abonar el consumidor, se incluye en un clausulado muy escueto, con una mera remisión a leyes y circulares de comprensión difícil, y dispuesto con una letra pequeña que hace hartamente difícil su lectura y sin destacación alguna”. Como fundamento jurídico de esta solución se alega el AAP de Oviedo de 21 de julio de 2017, donde se señala que el control de transparencia en ningún caso se puede superar “si el tamaño de la letra del contrato fuere inferior al milímetro y medio o el insuficiente contraste con el fondo hiciese dificultosa su lectura”¹⁰.

Esta relación de decisiones judiciales es ejemplificativa, pues a las referidas se pueden unir otras muchas más, a algunas de las cuales alude la prensa¹¹. Por ejemplo, la decisión de un Juzgado de San Sebastián que anula una cláusula que fija unos intereses del 24,71% TAE en el anexo del contrato

8. El texto de este AAP está accesible en <https://www.poderjudicial.es>; y es comentado por NAVAS MARQUÉS, J. I., “Control de transparencia en contratos bancarios: de la desinformación, a la letra pequeña”, en <http://www.juanignacionavas.com>.

9. STS 600/2020, de 4 de marzo de 2020, disponible en <https://supremo.vlex.es>.

10. El texto de este Auto está disponible en <https://online.elderecho.com>, con referencia EDJ 2019/789598.

11. En este sentido, se habla de una “clara tendencia jurisprudencial en la que los tribunales han ido reputando abusivas y nulas las cláusulas contractuales que no cumplían con este requisito [con referencia a la exigencia de que el tamaño de la letra no sea inferior a un milímetro y medio] al hacer prácticamente ilegibles sus contenidos”: BRUGERA ABOGADOS, “Sobre el tamaño de la letra en la contratación bancaria con consumidores”, en <https://www.burgueraabogados.com>.

de una tarjeta de crédito de un particular, por estar recogidos en un tipo de letra “minúsculo” y en el contexto de “un clausulado extenso y de difícil comprensión para el consumidor medio”¹². O la sentencia de un Juzgado de Primera Instancia de Dos Hermanas (Sevilla) que declara “abusivas por falta de claridad” las condiciones financieras de un crédito bancario porque “se encuentran en un tamaño de letra minúsculo que impide su lectura salvo que se utilicen mecanismos de aumento”¹³. O, por último, la sentencia del Juzgado de Primera Instancia de Instrucción núm. 2 de Chiclana (Cádiz) que resuelve no admitir a trámite la reclamación interpuesta por un Fondo Buitre (ITT Finance, SARL) porque los contratos con consumidores y usuarios que utilicen cláusulas no negociadas individualmente deben cumplir, entre otros requisitos, los de la accesibilidad y la legibilidad, de forma que el consumidor pueda conocer dichas estipulaciones previamente a la celebración del contrato, añadiendo que en ningún se entenderán cumplidas tales exigencias si el tamaño de la letra del contrato fuese inferior al milímetro y medio o el insuficiente contraste con el fondo hiciese dificultosa la lectura¹⁴.

III. LA REACCIÓN DEL REGULADOR FRENTE A LA LETRA PEQUEÑA E ILEGIBLE: LAS CIRCULARES DEL BANCO DE ESPAÑA 5/2012 Y 4/2020 Y EL ARTÍCULO 80 DEL TEXTO REFUNDIDO DE CONSUMIDORES

La frecuencia del uso de letra pequeña e ilegible en el sector bancario y financiero explica que haya sido el Banco de España el primero que a nivel nacional ha establecido límites a esta práctica en la actividad de promoción y conclusión de la contratación de productos y servicios financieros. Así lo pone de manifiesto su *Circular 5/2012, de 27 de junio, sobre transparencia de los servicios bancarios y responsabilidad en la concesión de préstamos*¹⁵, que es desarrollo de la Orden Ministerial EHA/2899/2011, de 28 de octubre, *de transparencia y protección del cliente de servicios bancarios*¹⁶, elaborada con la finalidad de convertirse en la normativa general de transparencia en la contratación bancaria. Desde el punto de vista *subjetivo*, estas normas van destinadas a la protección del cliente o cliente potencial, abarcando con estos términos tanto a las personas físicas como a las comunidades de

12. De esta sentencia se da noticia en la prensa en “Una sentencia anula los intereses de una tarjeta por estar en letra muy pequeña”, en <https://cincodias.elpais.com>.

13. En concreto, según afirma expresamente esta resolución, “la utilización de dicho tamaño de letra hace que las condiciones financieras deban ser consideradas abusivas por falta de claridad” según la LGDCU, pues no cumple la exigencia legal de tener un tamaño mínimo de 1,5 milímetros: *vid.* “Anulan una deuda bancaria por la letra minúscula del contrato”, en <https://www.diariodesevilla.es>.

14. *Vid.* NACHETT, Y., “El tamaño sí importa (...) en la letra pequeña de los contratos”, en <https://andalucia.informacion.es>; decisiones judiciales similares *vid.* en SÁNCHEZ JÁUREGUI, M. A., “La importancia de la letra pequeña y los derechos del consumidor”, disponible en <https://buscador.profesional.com>.

15. BOE, núm. 161, de 6 de julio de 2012.

16. BOE núm. 261, de 29 de octubre de 2011.

bienes, comunidades de herederos, herencias yacentes y similares, siempre que todas ellas estén mayoritariamente constituidas por personas físicas. Por tanto, las sociedades de capital de pequeña o mediana dimensión, que constituyen la mayor parte del tejido empresarial español, quedan al margen de la protección contenida en esta normativa. Además, si el cliente no actúa en condición consumidora sino empresarial o profesionalmente, las partes pueden acordar que no se aplique total o parcialmente lo previsto en esta normativa, salvo en lo que se refiere al cálculo de la tasa anual equivalente (TAE), a los tipos de interés oficiales y a los índices o tipos de referencia aplicables para el cálculo del valor de mercado en la compensación por riesgo de tipo de interés en los préstamos hipotecarios. Desde el punto de vista *objetivo*, esta normativa se aplica a los servicios bancarios, con referencia a los servicios de caja, la captación de fondos reembolsables (especialmente depósitos), la concesión de crédito y préstamo, los servicios de pago y otras actividades bancarias¹⁷. En el asunto que aquí interesa, la Circular 5/2012 fue novedosa porque impuso por vez primera a las entidades financieras en nuestro país la obligación de usar una letra con un tamaño no inferior a 1,5 milímetros tanto en la fase precontractual como en la contractual¹⁸. Lo hizo en el siguiente sentido: 1.º) En el *ámbito precontractual*, tal y como se establece en la norma 7.ª de la Circular (relativa a las informaciones que se han de resaltar), se dispone expresamente, entre otras cosas, que “en la información sobre los productos y servicios bancarios a que se refiere la precedente norma sexta, se deberán resaltar todos los conceptos y datos que se detallan en el anejo 3 sin que puedan resaltarse otros conceptos o datos distintos de ellos”. Y a esto se añade que “la letra a utilizar en los documentos de su información que se regulan en esta Circular tendrá un tamaño apropiado para facilitar su lectura; en todo caso, la letra minúscula que se emplee no podrá tener una altura inferior a un milímetro y medio”. 2.º) En el *ámbito contractual*, reviste especial relevancia la norma 10.ª de la Circular relativa al contenido de los contratos, cuyo apartado 3.º dispone lo siguiente: “En todo caso, los documentos contractuales se redactarán de forma clara y comprensible para el cliente. En particular, el tamaño de la letra minúscula no podrá tener una altura inferior a 1,5 milímetros”¹⁹. La importancia de esta exigencia relativa al tamaño de la letra a emplear en

17. Vid., entre otros, PÉREZ DE MADRID CARRERAS, V., “La protección del consumidor en la contratación bancaria”, en MIRANDA SERRANO y PAGADOR LÓPEZ (dirs.), *Derecho (privado) de los consumidores*, Ed. Marcial Pons, Madrid, 2021, pp. 415 y ss., MIRANDA SERRANO, L. M., *Bases del Derecho de obligaciones y contratos mercantiles*, Ed. D. F. 2.º ed., pp. 261 y ss.

18. Es verdad que el Banco de España al regular este asunto contó con algunos precedentes en la legislación autonómica (en concreto, en los legisladores de Castilla y León y de Cataluña) como señalamos en nuestro trabajo “Soluciones jurídicas a la letra pequeña de la publicidad y del contrato”, *Diario La Ley*, núm. 9903, de 1 de septiembre de 2021, pp. 3 y 4.

19. La novedad e importancia de estas reglas explica que la prensa especializada se refiera a ellas: por ejemplo, BADÍA, J., “La letra pequeña ya tiene un tamaño mínimo para los bancos”, en <https://www.hechosdehoy.com>.

la redacción de los contratos es subrayada por el propio Banco de España en su “Portal del Cliente Bancario”, donde informa a la clientela de que “La letra, por suerte, ya no es tan *pequeña*”. Y a lo anterior añade: “¿Sabes que la *letra pequeña de un contrato* no puede tener una altura inferior a 1,5 milímetros? ¿Y que la información más relevante, previa al contrato, se debe resaltar?”²⁰.

Más recientemente, el Banco de España ha promulgado la *Circular 4/2020, de 26 de junio, sobre publicidad de los productos y servicios bancarios*²¹. Entre otras exigencias, esta Circular establece que “cuando en la pieza publicitaria se incluyan mensajes de carácter secundario o de forma menos destacada, estos no podrán contradecir el contenido del mensaje principal ni limitarlo de manera esencial”. Y esto se completa con las siguientes reglas: 1.^a) La forma y la presentación del mensaje publicitario (en particular, la tipografía, el color y el contraste de fondo) serán adecuadas para el medio de difusión empleado, de forma que garanticen su cómoda y completa lectura. 2.^a) El tipo de letra y las fuentes empleadas en el mensaje publicitario, incluso las utilizadas en las aclaraciones o advertencias legales, serán fácilmente legibles y destacarán sobre el fondo. Se evitará el uso de fuentes demasiado ornamentadas o adornos (relieves, etc.) que dificulten la lectura. 3.^a) El tamaño mínimo del óvalo o cuerpo central de la letra (en particular, la empleada en las aclaraciones o advertencias legales) se determinará en función del formato publicitario utilizado y de la distancia media a la que esté previsto que el destinatario lea el texto, procurando garantizar, en todo caso, su fácil lectura y comprensión. A modo de ejemplo, esta Circular establece que en la elaboración de las piezas publicitarias se utilizará un cuerpo de letra cuya equivalencia en milímetros ha de respetar una tabla orientativa que tiene en cuenta dos factores principales: 1.^o) Por un lado, la distancia, pues el tamaño de la letra habrá de ser diferente según los metros desde los que haya de visualizar el anuncio publicitario el consumidor. 2.^o) Por otro lado, el formato publicitario utilizado, ya que el tamaño de la letra exigido variará según la publicidad se lleve a cabo, por ejemplo, en prensa o medio audiovisual, en mobiliario urbano o a través de vallas publicitarias colocadas en la vía pública²². Al ser esta Circular una norma de naturaleza concurrencial (pues regula la publicidad de los productos y servicios bancarios), su incumplimiento por las entidades a las que se dirige puede ser considerado un acto de competencia desleal de violación de normas de los regulados por el art. 15.2 de la Ley de Competencia Desleal (en adelante:

20. Información accesible en <https://cliente.bancario.bde.es>.

21. En BOE núm. 193, de 15 de julio de 2020.

22. Por ejemplo, a menos de 0,5 metros, la letra en utilizada en publicidad impresa no puede tener un tamaño inferior a 1,5 milímetros; entre 1 y 3,6 metros, la letra usada en publicidad difundida por medios audiovisuales o en cartelería situada en el lugar de venta, no puede tener un tamaño inferior a 5 milímetros; y, entre 3,6 y 12 metros, la letra empleada en publicidad exterior (mobiliario urbano, transportes públicos) no puede tener un tamaño inferior a 10 milímetros.

LCD)²³, que considera desleal “la simple infracción de normas jurídicas que tengan por objeto la regulación de la actividad concurrencial”. Por tanto, las organizaciones y entidades defensoras de los intereses colectivos de los consumidores podrán valerse de esta norma (así como de la que prohíbe las prácticas desleales engañosas por acción: art. 5 LCD) para ejercitar las acciones procesales recogidas en la LCD frente a prácticas que incumplan las exigencias contenidas en esta Circular²⁴.

Influenciado por el regulador bancario, el legislador nacional también ha actuado en esta materia a través de la Ley 3/2014, de 27 de marzo, *por la que se modifica el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias*²⁵, elaborada con la finalidad principal de incorporar al Derecho español la Directiva 2011/83 *sobre los derechos de los consumidores*²⁶. Esta Directiva, al regular los requisitos de forma que han de cumplir los contratos de consumo celebrados fuera de los establecimientos mercantiles y a distancia, alude en varios lugares al requisito de la legibilidad (arts. 7 y 8). Sin embargo, no llega a precisar en qué ha de consistir dicha exigencia. Por eso el Consejo de Estado, a través del Dictamen que elaboró acerca de la referida Ley 3/2014²⁷, recomendó al legislador la posibilidad de incorporar a la normativa protectora de los consumidores y usuarios un precepto que precisara en alguna medida qué ha de entenderse por “legible” y, por tanto, qué prácticas comerciales pueden no ser conformes a Derecho por no reunir dicho requisito. Y así surgió la nueva regla que la Ley 3/2014 incorporó al *Texto Refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios* (en adelante: TRLGDCU)²⁸, según la cual son legibles aquellos contratos con un tamaño de letra superior al milímetro y medio, así como con suficiente contraste con el fondo para no hacer dificultosa su lectura²⁹. En concreto, esta regla fue incorporada al art. 80 TRLGDCU al que más adelante nos referiremos con mayor detenimiento. Ahora solo interesa poner de manifiesto la relevancia de este último precepto para proteger al consumidor frente a la letra pequeña utilizada por las entidades bancarias y financieras en sus contratos. Sobre

23. BOE núm. 10, de 11 de enero de 1991.

24. De este asunto nos hemos ocupado de forma más amplia en “Soluciones jurídicas...”, cit., pp. 3 y ss., y en “La letra pequeña de la publicidad ante el derecho de la competencia desleal”, en MIRANDA y PAGADOR (dirs.), *Desafíos del regulador mercantil en materia de contratación y competencia empresarial*, Ed. Marcial Pons, 2021, pp. 507 y ss.

25. BOE, núm. 76, de 28 de marzo de 2014.

26. En DOUE, L 304/64, de 22 de noviembre de 2011; sobre ella: MIRANDA SERRANO, L. M., “La Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores: una nueva regulación para Europa de los contratos celebrados a distancia y extramuros de los establecimientos mercantiles”, *Revista de Derecho de la Competencia y de la Distribución* (en adelante: RDCD), núm. 11, 2012, pp. 77 y ss.

27. Referencia 527/2013, de 24 de julio de 2013.

28. BOE, núm. 287, de 30 de noviembre de 2007.

29. MARTÍNEZ ESPÍN, P., “¿Qué hay de nuevo en materia de cláusulas abusivas?”, *Revista Cesco de Derecho del Consumo*, núm. 9, 2014, pp. 77 y 78.

todo, si se acepta la opinión de quienes entienden que una disposición emanada del Banco de España (como es el caso de la Circular 5/2012) no tiene rango suficiente para limitar la libertad contractual, que es materia objeto de reserva de ley, por lo que el incumplimiento de lo que en ellas se establece no puede ocasionar un incumplimiento contractual, al no afectar al régimen de las obligaciones y los contratos³⁰.

Tras lo expuesto podemos concluir que en la contratación con consumidores (ya estemos ante un contrato bancario o de otro tipo), contamos ya en nuestro ordenamiento con normas jurídicas que exigen el uso de un tamaño mínimo de letra. Y lo mismo ocurre en la fase precontractual o de promoción de la contratación (previa a la celebración del contrato), al menos en el sector bancario y financiero, según se infiere de las Circulares del Banco de España aludidas. Ahora bien, el hecho de que estas normas se refieran solo a dicho sector no implica que en los restantes ámbitos de la actividad económica no pueda hablarse de exigencias legales que impongan un tamaño mínimo de la letra a utilizar en la actividad publicitaria y promotora de la contratación. En nuestra opinión, la exigencia que se contiene en el art. 80 TRLGDCU se puede aplicar también a la publicidad en esos otros sectores distintos del bancario y financiero. Para llegar a esta solución cabría realizar una interpretación analógica o extensiva del art. 80 TRLGDCU, con fundamento en la idea de la *contractualización de los mensajes publicitarios*, en el sentido de que las ofertas publicitarias integran el contrato, como se desprende del *principio de integración publicitaria del contrato* al que más adelante nos referiremos³¹. A favor de esta interpretación es posible mencionar alguna experiencia de Derecho comparado. En concreto, el Derecho chileno, donde la regla que exige que la letra utilizada en los contratos de adhesión posea, como mínimo, el tamaño de 2,5 milímetros de alto³², es aplicada por la jurisprudencia también a la actividad publicitaria con la finalidad de no inducir a error a los consumidores y usuarios en la fase precontractual³³.

30. De esta opinión es, por ejemplo, PÉREZ DE MADRID CARRERAS, V., “La protección del consumidor...”, *cit.*, pp. 415 y ss., quien cita en este mismo sentido a los Profesores CUÑAT EDO y ARAGÓN. No obstante, menciona también otra doctrina favorable a entender que, además de las sanciones administrativas previstas, el incumplimiento de una Circular puede suponer un incumplimiento del contrato bancario, ya que el contenido de la Circular se integra en el contrato celebrado entre el cliente y la entidad financiera (CORTÉS, ILLESCAS, VICENT CHULIÁ); también sobre las distintas opiniones en relación con este asunto: MIRANDA SERRANO, L. M., *Bases del Derecho...* *cit.*, p. 257.

31. Acerca de las diferencias entre interpretación extensiva y analógica: RODRÍGUEZ-TOUBES MUÑOZ, J., “La interpretación extensiva de la ley”, en <https://e-archivo.uc3m.es>, pp. 75 y ss.

32. SERNAC (SERVICIO NACIONAL DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR), “Desde hoy desaparece letra chica de los contratos”, en <https://www.universia.net>.

33. *Vid.* la Sentencia de la Corte de Apelaciones de Santiago de 28 de septiembre de 2016 (accesible en <https://aldiachile.microjuris.com>), en la que se afirma lo siguiente: “En relación con la dimensión de la letra utilizada en la publicidad, efectivamente la Ley

IV. MECANISMOS DE DEFENSA JURÍDICA FRENTE A LA ILEGIBILIDAD DE LAS CLÁUSULAS PREDISPUESAS EN LOS CONTRATOS SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

En realidad, abordar los mecanismos de defensa de la clientela frente a la letra pequeña e ilegible de los contratos bancarios y financieros exige analizar el fundamento jurídico de las decisiones judiciales a las que nos hemos referido con anterioridad, que consideran ilícitas las cláusulas contractuales redactadas en letra tan pequeña que las hace ilegibles. Lo primero que hemos de señalar es que todas estas cláusulas se insertan en contratos celebrados a través de la técnica de las condiciones generales de la contratación o los clausulados predispuestos. Por ello interesa comenzar exponiendo qué normativa regula esta materia y cuál es su ámbito de aplicación.

1. LA NORMATIVA APLICABLE: LOS ARTÍCULOS 80 Y SIGUIENTES DEL TEXTO REFUNDIDO DE CONSUMIDORES Y LA LEY DE CONDICIONES GENERALES DE LA CONTRATACIÓN

Como se sabe, desde hace ya algún tiempo, la mayoría de los contratos son celebrados a través de condiciones generales y clausulados predispuestos. Así ocurre de forma habitual en el sector bancario y financiero (incluido el asegurador), que es el que aquí interesa. Por condiciones generales de la contratación podemos entender el conjunto de cláusulas contractuales redactadas previamente por una de las partes contratantes (el predisponente), que las impone a la otra parte contratante (el adherente), quien se limita a aceptarlas o rechazarlas. Los *Principios de Derecho Europeo de Contratos* ofrecen una buena definición de esta técnica de contratación. Según su art. 2:209, cuando hablamos de condiciones generales de la contratación nos referimos a “cláusulas formuladas de antemano por el empresario para un número indefinido de contratos de cierta naturaleza y que no han sido negociadas individualmente entre las partes”³⁴. Como señala la doctrina, el auge de este sistema de contratación responde a necesidades de racionalización de la actividad contractual realizada por las empresas, ya que es mucho más eficiente la redacción unilateral de un modelo contractual aplicable a todos los posibles contratos, que negociar cada contrato individualmente con los potenciales clientes. Esto explica que los empresarios que tienen que afrontar un considerable volumen de contratación (como lo que operan en el sector bancario y financiero) se decanten por este sistema de

del Consumidor ha establecido en 2,5 milímetros el porte de ésta para los contratos de adhesión. Sin perjuicio de ello, la jurisprudencia lo ha hecho extensivo a la publicidad, a objeto de no inducir a error a los consumidores”. De esta resolución judicial se da noticia en EDITORIAL, “La publicidad de letra chica puede ser publicidad engañosa”, disponible en <https://aldiachile.microjuris.com>.

34. Traducción según DÍEZ-PICAZO, L., ROCA TRÍAS, E., y MORALES MORENO, A., *Los Principios del Derecho Europeo de Contratos*, Ed. Civitas, Madrid, 2002, p. 32.

contratación³⁵. Ahora bien, esta técnica propicia la comisión de abusos que comprometen el equilibrio contractual. Sobre todo, porque en este sistema de contratar el principio de autonomía de la voluntad aparece exagerado para el predisponente en detrimento del adherente, ya que a este último solo le queda decidir si contrata o no, pero en ningún caso puede intervenir en la redacción del contenido negocial³⁶. Por eso cuando se consolidó esta técnica de contratación en el tráfico jurídico surgió la necesidad de regularla, creando ciertos controles legales. Entre ellos están, por un lado, el *control de transparencia formal* (o *control de inclusión o de incorporación*) y, por otro, el *control de transparencia material* (o *control de transparencia cualificado*). Ambos son instrumentos de Derecho privado para prevenir y luchar contra la opacidad y el engaño contractual³⁷. A ellos nos vamos a referir en los siguientes epígrafes. Ahora bien, con anterioridad a ello es conveniente conocer qué normas regulan en nuestro Derecho esta materia, así como sus respectivos ámbitos de aplicación. Como veremos, se trata, por un lado, de los arts. 80 y ss. TRLGDCU y, por otro, de la *Ley de Condiciones Generales de la Contratación* (en adelante: LCGC)³⁸, por lo que cabe afirmar que en la actualidad la regulación de las condiciones generales de la contratación está sometida a un doble régimen³⁹.

1.º) Los artículos 80 y ss. TRLGDCU: Desde el punto de vista *personal o subjetivo*, el ámbito de aplicación de los arts. 80 y ss. TRLGDCU se circunscribe a los contratos de consumo. Es decir, estos preceptos se aplican a las condiciones generales y cláusulas particulares predisuestas y no negociadas individualmente solo en los casos en que los adherentes actúan en condición consumidora [contratos B2C (*business to consumer*)]. Por tanto, interesa saber cuándo un sujeto actúa en dicha condición. La respuesta la da el TRLGDCU cuando establece que son consumidores “las personas físicas que

35. Vid. PAGADOR LÓPEZ, J., “Título II. Condiciones generales y cláusulas abusivas”, en REBOLLO PUIG e IZQUIERDO CARRASCO (dirs.), *La defensa de los consumidores y usuarios. Comentario sistemático del TRLGDCU*, Ed. Iustel, Madrid, 2011, pp. 1308 y 1309; MIRANDA SERRANO, L. M., *Bases del Derecho...*, cit., p. 93.

36. En palabras de PAGADOR LÓPEZ (vid. nota anterior) se produce una *hipertrofia* del principio de autonomía de la voluntad para uno de los sujetos contratantes (p. 1308).

37. Vid. MIRANDA SERRANO, L. M., “El control de transparencia de condiciones generales y cláusulas predisuestas en la contratación bancaria”, *InDret*, núm. 2, 2018, pp. 1 y ss.; ARIAS, S., “Diferencia entre control de incorporación y control de transparencia de las condiciones generales de la contratación (cláusula suelo)”, en <https://www.iberley.es>; VERDA Y BEAMONTE, J. R., “El control de transparencia de las condiciones generales de la contratación: el estado actual de la cuestión”, en <https://idibe.org>.

38. BOE núm. 89, de 14 de abril de 1998.

39. Aunque para el contrato de seguro existen algunas especialidades recogidas en el art. 3 de la Ley de Contrato de Seguro; sobre ellas: PAGADOR LÓPEZ, J., “La protección del consumidor en el contrato de seguro”, en MIRANDA SERRANO y PAGADOR LÓPEZ (dirs.), *Derecho (privado) de los consumidores*, Ed. Marcial Pons, 2012, pp. 367 y ss.; MIRANDA SERRANO, L. M. y PAGADOR LÓPEZ, J., “Condiciones generales y particulares del contrato de seguro: claves de su régimen legal y propuestas de modernización”, *RDPat*, núm. 40, 2016, pp. 27 y ss.

actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión”, así como “las personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial” (art. 3). En general, de conformidad con lo que disponía el art. 1.3 de la ya derogada LGDCU de 1984, podemos sostener que tienen la condición de consumidores los adherentes que actúan sin finalidad de integrar el bien adquirido o el servicio contratado en procesos de mercado de carácter industrial, comercial o profesional⁴⁰.

Desde el punto de vista *material u objetivo*, los arts. 80 y ss. TRLGDCU se aplican tanto a las condiciones generales de la contratación como a las cláusulas predispuestas e impuestas que carecen de la nota de la generalidad. Se trata de cláusulas contractuales (elemento de la *contractualidad*) que han sido redactadas previamente a la celebración del contrato (elemento de la *predisposición*) y respecto de las cuales el consumidor no ha podido influir en su contenido (elemento de la *imposición*). Estas cláusulas se diferencian de las condiciones generales en que en ellas no se da el elemento de la *generalidad*. Por consiguiente, podemos concluir que la generalidad es irrelevante a efectos de la disciplina contenida en los arts. 80 y ss. TRLGDCU, en la dirección exigida por la Directiva 93/13/CEE0, *del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas*⁴¹, que resulta aplicable a toda estipulación negocial predispuesta y no negociada de forma individual entre las partes⁴².

2.º) *La LCGC*: Desde el punto de vista *personal o subjetivo*, la LCGC resulta aplicable a los contratos celebrados a través de condiciones generales cuando los adherentes actúan como empresarios y/o profesionales. Es decir, su ámbito de aplicación subjetivo son los contratos B2B (*business to business*). Aplicando la definición de consumidor o de actuación en condición consumidora *sensu contrario*, podemos sostener que los adherentes actúan como empresarios y/o profesionales cuando su propósito a la hora de celebrar el contrato consiste en integrar el bien adquirido o el servicio contratado en procesos de mercado de carácter industrial, comercial o profesional. Así se deduce también del TRLGDCU que entiende por empresario “toda persona física o jurídica, ya sea privada o pública, que actúe directamente o a través de otra persona en su nombre o siguiendo sus instrucciones, con un propósito relacionado con su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión”

40. Vid. MIRANDA SERRANO, L. M., “La protección de los consumidores en la contratación: aspectos generales”, en MIRANDA, VELA y PRIÉS, *La contratación mercantil, disposiciones generales, protección de los consumidores*, tomo XXX del *Tratado de Derecho Mercantil*, Ed. Marcial Pons, 2006, pp. 179 y ss.; CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario al artículo 3 TRLGDCU”, en CÁMARA LAPUENTE (dir.), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores*, Ed. Colex, Madrid, 2011, pp. 102 y ss.; y PAZOS CASTRO, R., *El control de las cláusulas abusivas en los contratos con consumidores*, Ed. Thomson Reuters-Aranzadi, 2017, pp. 225 y ss.

41. Accesible en: <https://eur-lex.europa.eu>.

42. Entre otros muchos: PAGADOR LÓPEZ, J., “Título II. Condiciones generales...”, *cit.*, p. 1399; MIRANDA SERRANO, L. M., *Bases del Derecho de obligaciones...*, *cit.*, p. 108.

(art. 4 TRLGDCU). Hemos de precisar, por último, que para esta normativa el concepto de empresario es muy amplio. No sólo incluye a los empresarios mercantiles (individuales y sociales) sino también a los civiles (agricultores, artesanos y ganaderos) e incluso a los profesionales liberales (abogados, economistas, arquitectos, médicos, etc.)⁴³.

Ahora bien, las diferencias entre los arts. 80 y ss. TRLGDCU y la LCGC no están solo en el ámbito personal o subjetivo de aplicación en los términos expuestos. Entre ambas normativas existe otra importante diferencia referida al ámbito de aplicación *material u objetivo*, pues este es considerablemente más amplio en el caso de los arts. 80 y ss. TRLGDCU que en la LCGC. Como hemos visto, los arts. 80 y ss. TRLGDCU se aplican no solo a las condiciones generales en sentido estricto, sino también a toda cláusula contractual que, aun no siendo general, sea predispuesta e impuesta. En cambio, el ámbito de aplicación de la LCGC se circunscribe exclusivamente a las condiciones generales de la contratación. Estas son definidas por el art. 1 LCGC, de donde se infiere que son cuatro las exigencias que han de concurrir en una cláusula para que pueda considerarse una condición general: 1.^a) En primer lugar, la *contractualidad*, pues para que una cláusula sea condición general ha de estar destinada a formar parte de un contrato. 2.^a) En segundo lugar, la *predisposición*, pues las cláusulas tienen que haber sido redactadas previamente a la celebración del contrato, siendo indiferente el formato o soporte en que estén recogidas (documento impreso, archivo informático, etc.), así como que el predisponente sea o no su autor material, siendo suficiente con que las utilice, aunque no las haya redactado él mismo. 3.^a) En tercer lugar, la *imposición*, ya que las cláusulas han de incluirse en el contrato por iniciativa del predisponente; quedando, por tanto, excluidas del concepto de condición general tanto las cláusulas negociadas por los dos contratantes, como las incluidas por iniciativa de un tercero. 4.^a) Por último, la *generalidad*, al deber tratarse de cláusulas destinadas a incluirse en una generalidad o pluralidad de contratos⁴⁴.

2. EL CONTROL DE TRANSPARENCIA FORMAL O CONTROL DE INCLUSIÓN O DE INCORPORACIÓN

2.1. Concepto y finalidad

El control de transparencia formal, o control de inclusión o de incorporación, puede definirse como las exigencias de forma que ha de cumplir el predisponente para asegurarse de que las cláusulas predispuestas llegan

43. Como señala, por ejemplo, MIRANDA SERRANO, L. M., *Bases del Derecho de obligaciones...*, cit., p. 95, y desarrolla CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario al artículo 4 TRLGDCU”, en CÁMARA LAPUENTE (dir.), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores*, Ed. Colex, Madrid, 2011, pp. 154 y ss.

44. Más información en PAGADOR LÓPEZ, J., “Título II. Condiciones generales...”, cit., pp. 1337 y ss.

a incluirse en el contrato. Se le conoce como control de inclusión o de incorporación, precisamente, porque lo que con él se pretende es que las estipulaciones que lo superen se incluyan o se incorporen al contrato⁴⁵. En la actualidad, también se conoce como control de transparencia formal para diferenciarlo del control de transparencia material al que más adelante nos referiremos⁴⁶. Realizada esta aclaración, aquí interesa sobre todo destacar que con el control de transparencia formal se trata de garantizar al adherente la *posibilidad de conocimiento* de las cláusulas predispuestas por el empresario, lo que no implica de ninguna manera el que tenga que producirse su conocimiento efectivo. Así lo señala la doctrina mayoritaria, y es precisamente en este aspecto en donde radica una de sus principales diferencias con el control de transparencia material⁴⁷. En este sentido, podemos hacer referencia a la definición de control de transparencia formal que ofrece, por ejemplo, Clavería, quien lo define como el “conjunto de medidas impuestas por la ley, encaminadas a posibilitar y facilitar el conocimiento, por el adherente, de la existencia, el contenido y el alcance de las cláusulas predispuestas y no negociadas”⁴⁸. De esta definición hemos de destacar aquí la expresión “encaminadas a posibilitar y facilitar el conocimiento”, pues de ella se desprende claramente que este control no persigue el conocimiento efectivo de las cláusulas contractuales por parte del adherente, sino solo un conocimiento potencial en atención a la forma que adopta la información contractual. También podemos mencionar, en esta misma dirección, entre otros, a Pertíñez, quien pone de manifiesto que en modo alguno el cumplimiento de los requisitos del control de transparencia formal, o control de inclusión, “garantiza el conocimiento pleno del consumidor del contenido de las cláusulas predispuestas unilateralmente por el empresario”⁴⁹. La jurisprudencia también se pronuncia en este sentido. Prueba de ello es, entre otras, la reciente STS de 9 de marzo de 2021, donde se dice lo siguiente: “Como hemos declarado en las sentencias 241/2013, de 9 de mayo, y 314/2018, de 28 de mayo, el control de incorporación o inclusión es, fundamentalmente, un control de cognoscibilidad. Lo que requiere, en

45. PAGADOR LÓPEZ, J., “Título II. Condiciones generales...”, *cit.*, pp. 1349 y ss.

46. MIRANDA SERRANO, L. M., “El control de transparencia de condiciones generales...”, *cit.*, pp. 1 y ss.; ARIAS, S., “Diferencia entre control de incorporación...”, *cit.*, pp. 1 y ss.

47. *Vid.* los autores que se citan en la nota anterior.

48. CLAVERÍA GOSÁLBEZ, L. H., *Condiciones generales y cláusulas contractuales impuestas*, Ed. Bosch, Barcelona, 2008, p. 36.

49. PÉRTIÑEZ VÍLCHEZ, F., “Comentario al artículo 80 TRDCU”, en CÁMARA LAPUENTE (dir.), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores*, Ed. Colex, Madrid, 2011, p. 697. En parecidos términos que CLAVERÍA y PERTIÑEZ se pronuncian, entre otros, ARIAS, S., “Diferencia entre control...”, *cit.*, p. 2, y MIRANDA SERRANO, L. M., “El control de transparencia...”, *cit.*, pp. 7 y 8. En concreto, este último autor afirma que a través del control de transparencia formal (o control de inclusión o de incorporación) “se trata de garantizar al adherente una posibilidad de conocimiento de las cláusulas predispuestas por el otro contratante, pero no implica en modo alguno que tengan que ser efectivamente conocidas por él”.

primer lugar, que el adherente haya tenido oportunidad real de conocer al tiempo de la celebración del contrato la existencia de la condición general controvertida y, en segundo lugar, que la misma tenga una redacción clara, concreta y sencilla, que permita una comprensión gramatical normal”⁵⁰.

2.2. Exigencias de transparencia formal: en concreto, la prohibición de la ilegibilidad derivada del requisito de la perceptibilidad

Las exigencias que han de cumplirse para que se considere superado este control de cognoscibilidad se encuentran en los arts. 80 y ss. TRLGDCU, para los contratos B2C, y en la LCGC, para los contratos B2B. Se pueden clasificar en dos grupos: 1.º) Por una parte, se requiere que el predisponente cumpla las exigencias de la *perceptibilidad*, la *comprensibilidad* y la *concreción* a la hora de redactar las condiciones generales y cláusulas predispuestas. 2.º) Por otra parte, se impone al predisponente la obligación de *entregar al adherente el documento en el que consten las condiciones generales o cláusulas predispuestas*, o bien el *deber de tenerlas accesibles para su consulta*. Dado que este último requisito no tiene relevancia para la materia que aquí analizamos, relativa al uso de la letra pequeña en la contratación bancaria y financiera, vamos a centrar la atención en el primero y, especialmente, en la exigencia de la *perceptibilidad*, pues la letra pequeña de las cláusulas contractuales conecta directamente con ella. En concreto, esta exigencia implica que los clausulados contractuales han de ser elaborados de modo que puedan ser físicamente leídos en atención al tamaño de los caracteres tipográficos utilizados, así como a su forma de presentación. En este sentido, el art. 80, apdo. 1 letra b), TRLGDCU requiere que en los contratos de consumo que utilicen cláusulas no negociadas individualmente, dichas estipulaciones han de cumplir los siguientes requisitos “b) Accesibilidad y legibilidad, de forma que permita al consumidor y usuario el conocimiento previo a la celebración del contrato sobre su existencia y contenido”, añadiendo a lo anterior que “en ningún caso se entenderá cumplido este requisito si el tamaño de la letra del contrato fuese inferior al milímetro y medio o el insuficiente contraste con el fondo hiciese dificultosa la lectura”. Aunque este precepto solo se aplica a los contratos de consumo (B2C), algunos autores consideran que la exigencia específica que en él aparece en relación con el tamaño de la letra es generalizable a todos los contratos que se celebren a través de condiciones generales, incluidos los concluidos entre empresarios y/o profesionales (B2B). Esta doctrina apoya su opinión en la circunstancia de que a los empresarios y/o profesionales que actúan como adherentes no cabe atribuirles un mayor grado de agudeza visual que a los consumidores⁵¹. Además, en favor de esta interpretación,

50. STS núm. 130/2021, accesible en <https://www.poderjudicial.es>.

51. MIRANDA SERRANO, L. M. y PAGADOR LÓPEZ, J., “Condiciones generales y particulares...”, *cit.*, p. 50; MIRANDA SERRANO, L. M., “El control de transparencia...”, *cit.*, p. 8.

que nos parece razonable, hemos de tener en cuenta que en nuestro ordenamiento la exigencia de la perceptibilidad no se impone solo a los contratos de consumo (B2C), sino también a los celebrados entre empresarios y/o profesionales (B2B), como lo prueba el art. 7 LCGC cuando dispone que “no quedarán incorporadas al contrato” aquellas condiciones generales “que sean ilegibles, ambiguas, oscuras e incomprensibles”.

La *prohibición de la ilegibilidad* formulada por los arts. 80 TRLGDCU y 7 LCGC es la que conecta directamente con el deber de los predisponentes de no redactar las condiciones generales y cláusulas predispuestas con un tamaño diminuto de letra que impida su lectura por un contratante medio del sector al que se dirigen. Como sostiene Pertíñez, las cláusulas pueden ser ilegibles “por el tamaño microscópico de la letra, por su inusual tipografía, por tener un color no suficientemente contrastado con el fondo del papel, por la deficiente calidad de la impresión o incluso por su inclusión en un lugar recóndito del documento contractual”. Además, en lo que se refiere expresamente al tamaño de la letra, este autor añade que “se exige como requisito básico que las cláusulas puedan ser leídas sin un esfuerzo extraordinario y sin necesidad de utilizar instrumentos ópticos de aumento especiales, como una lupa, por una persona normal”⁵². En desarrollo de esta afirmación y de lo que disponen los arts. 80 TRLGDCU y 7 LCGC, podemos concluir que las estipulaciones predispuestas utilizadas en la contratación de productos y servicios financieros serán legibles cuando no incumplan alguna de las siguientes reglas: 1.^a) *Tamaño de la letra*: Como es lógico, la letra utilizada por el predisponente ha de tener el tamaño adecuado para que pueda ser leída sin dificultad. A esta exigencia responde la redacción que actualmente tiene el art. 80 TRLGDCU que, como hemos visto, tras la reforma llevada a cabo en 2014, exige que la letra empleada en el clausulado predispuesto no tenga una altura inferior, como mínimo, a un milímetro y medio. En esta misma dirección se ha de tener también en cuenta la Circular del Banco de España 5/2012 a la que antes nos referimos, que impuso por vez primera a las entidades bancarias y financieras en nuestro país la obligación de usar una letra con un tamaño no inferior a 1,5 milímetros tanto en la fase precontractual como en la contractual. 2.^a) *Contraste con el fondo*: Como hemos señalado con anterioridad, a esta regla se refiere también expresamente el art. 80 TRLGDCU cuando exige que “el insuficiente contraste con el fondo” no haga dificultosa la lectura de las cláusulas. Se trata de una exigencia lógica, pues la existencia de un contraste débil con el fondo del documento en el que se ubica el texto contractual no permite su correcta lectura y lo convierte en ilegible. 3.^a) *Tipo o clase de letra*: Ante la gran variedad de caracteres tipográficos existentes en la actualidad, parece claro que no puede exigirse al predisponente que la letra utilizada en la redacción del clausulado predispuesto responda en concreto a alguno de ellos. Pero sí cabe exigirle el uso de un tipo de letra

52. PÉRTIÑEZ VÍLCHEZ, F., “Comentario al artículo 80...”, *cit.*, p. 699.

fácilmente legible por el adherente, pues todos sabemos que hay algunos tipos que cumplen con claridad esta exigencia mientras que otros no lo hacen. 4.^a) *Ubicación de la cláusula contractual*: Pero no sólo importa el tamaño y tipo de la letra utilizada y su contraste con el fondo en los términos expuestos. También tiene relevancia en materia de legibilidad la ubicación concreta de la cláusula contractual, pues su colocación en un lugar recóndito del contrato hará bastante más dificultosa su posible lectura⁵³.

A la exigencia de la perceptibilidad en los términos expuestos se unen otras dos más: 1.º) la de la *comprensibilidad* y 2.º) la de la *concreción* (formuladas doblemente por el TRLGDCU y la LCGC). La primera implica que el contenido negocial pueda ser comprendido y conocido por el adherente en atención al lenguaje utilizado y a la estructural del clausulado, teniendo como referencia principal al consumidor medio. La segunda requiere que el adherente pueda hacerse una idea lo suficientemente concreta de su posición contractual, lo que excluye la utilización de proposiciones vagas o genéricas o, dependiendo de las circunstancias, enumeraciones o relaciones meramente enunciativas⁵⁴. En concreto, nuestro Derecho dispone que las condiciones ilegibles e incomprensibles no pueden incorporarse al contrato, salvo en lo que respecta a la excepción formulada por el art. 7 LCGC, donde, tras disponerse la no incorporación al contrato de las condiciones “ilegibles, ambiguas, oscuras e incomprensibles”, se añade: “salvo, en cuanto a estas últimas, que hubieren sido expresamente aceptadas por escrito por el adherente y se ajusten a la normativa específica que discipline en su ámbito la necesaria transparencia de las cláusulas contenidas en el contrato”. Al parecer, el legislador incluye esta salvedad en la LCGC pensando, sobre todo, en las *normas de transparencia aplicables a la contratación bancaria y financiera* (entre otras, la Circular 5/2012, de 27 de junio, a la que nos referimos más arriba). Y es precisamente el dato de que el referido precepto haga referencia a cláusulas incomprensibles, pero transparentes en atención a la normativa sectorial, lo que permite que nos formemos una idea bastante aproximada del nivel tan escaso de transparencia que garantizan en la práctica esas normas sectoriales. En este sentido se pronuncia la doctrina, cuando apunta que durante el proceso de tramitación parlamentaria de la LCGC este precepto sobrevivió con el pretexto de “la enorme

53. Estas cuatro exigencias relativas al *tamaño y tipo de letra*, al *contraste con el fondo* y a la *ubicación de la cláusula* son también aplicables (con sus lógicas matizaciones) a la actividad publicitaria y, en general, a la fase precontractual y de promoción de la contratación. Al respecto, más información en SALGADO ANDRÉ, E., “El (ab)uso de la letra pequeña como acto de competencia desleal”, *La Ley Mercantil*, núm. 80, 2021, pp. 5 y ss., así como en mi trabajo “Hacia una regulación general del uso lícito de la letra pequeña en la publicidad”, en TATO PLAZA y COSTAS COMESAÑA (dirs), *Nuevas tendencias del Derecho de la competencia y de la propiedad industrial e intelectual*, 2022 (en prensa).

54. Con mayor amplitud: PAGADOR LÓPEZ, J., “Título II. Condiciones generales...”, *cit.*, p. 1349 y ss.; PÉRTÍÑEZ VÍLCHEZ, F., “Comentario al artículo 80...”, *cit.*, pp. 698 y ss.

complejidad que es inherente a la contratación bancaria”⁵⁵. En cualquier caso, parece clara la *contradictio in terminis* en la que incurre el legislador en esta norma, ya que aquello que es incomprensible no puede ser transparente. Por ello el TS analiza siempre primero el cumplimiento del control de transparencia formal, antes de pasar a analizar la transparencia material. Si el adherente está ante cláusulas que, por cualquier razón formal (tamaño de la letra, redacción con ambigüedades, etc.), no tiene posibilidad de conocer su contenido, no podrá declararse su transparencia, ni en sentido formal, ni aún menos, en sentido material, pues en tal caso no se da pie a un conocimiento efectivo de las estipulaciones⁵⁶. Al margen de esto último, hemos de concluir el estudio del control de transparencia formal señalando, con fundamento en los arts. 80 TRLGDCU y 7 LCGC, que las condiciones generales o cláusulas predispuestas que se redacten con letra pequeña que no cumpla alguno de los requisitos analizados, han de considerarse ineficaces y nulas de pleno derecho, pues aunque legalmente se diferencian supuestos de *no incorporación* y de *nulidad*, la doctrina admite que a ambos se les aplica el régimen legal de la *nulidad contractual*⁵⁷.

2.3. Especialidades del control de transparencia formal en el sector asegurador

Como se sabe, el art. 3 de la *Ley de Contrato de Seguro* (en adelante: LCS)⁵⁸ contiene algunas especialidades aplicables a la contratación a través de condiciones generales en el sector asegurador. Según el principio *lex specialis derogat generalis*, estas especialidades se aplican prioritariamente a dicho sector, mientras que a todo aquello no regulado por el art. 3 LCS les resultan aplicables de forma supletoria las normas contenidas en el régimen general de condiciones generales vigente en nuestro Derecho: el TRLGDCU, si el asegurado actúa como consumidor, y la LCGC, si lo hace empresarial o profesionalmente⁵⁹. El análisis del control de transparencia formal tal y como está regulado en el art. 3 LCS permite diferenciar dos tipos de cláusulas distintas insertas en los contratos de seguro⁶⁰: 1.º) Por un lado,

55. PAGADOR LÓPEZ, J., “Título II. Condiciones generales...”, *cit.*, pp. 1352 y 1353. Como apunta MIRANDA SERRANO, L. M., “El control de transparencia...”, *cit.*, p. 9, por fortuna, esta desafortunada norma solo está en la LCGC (art. 7) y no en el TRLGDCU, por lo que en el ámbito de la contratación bancaria de consumo no cabe admitir ninguna excepción al requisito de la comprensibilidad, en la dirección que marca el art. 7 LCGC.

56. Así, se desprende, por ejemplo, de la STS 367/2016, de 3 de junio (RJ 2016, 2306) (EDJ 2016/78893), que califica al control de transparencia material con un “segundo control”, posterior al del de inclusión, y solo aplicable a los contratos con consumidores.

57. MIRANDA SERRANO, L. M., *Bases del Derecho de obligaciones...*, *cit.*, pp. 105 y 106. 58. En BOE núm. 250, de 17 de octubre de 1980.

59. MIRANDA SERRANO, L. M. y PAGADOR LÓPEZ, J., “Condiciones generales y particulares...”, *cit.*, pp. 27 y ss.

60. Más información al respecto en MIRANDA SERRANO, L. M., “Transparencia en la contratación de seguros: condiciones generales y particulares”, RES, núm. 171-172, diciembre de 2017, pp. 291 y ss.; ÍDEM, “Cláusulas limitativas y sorprendentes en

están *todas aquellas estipulaciones que no tienen la consideración de cláusulas limitativas de los derechos de los asegurados*. A dichas cláusulas nuestro ordenamiento les impone la exigencia de la perceptibilidad como requisito de transparencia formal o, si se prefiere, de inclusión o de incorporación en términos idénticos a los analizados (art. 3 LCS, arts. 80 y ss. TRLGDCU y art. 7 LCGC). En concreto, ha de entenderse que cumplen esta exigencia formal las cláusulas que no incumplen alguna de las reglas a las que anteriormente nos hemos referido, relativas al tamaño y tipo de letra, al contraste con el fondo y a la concreta ubicación de la cláusula, que son aplicables a los adherentes tanto si actúan como consumidores o como empresarios y/o profesionales. Si una cláusula incumple alguna de estas reglas no supera el control de transparencia formal (o control de inclusión o de incorporación), lo que comporta su ineficacia y nulidad. 2.º) Por otro lado, están *las cláusulas limitativas de los derechos de los asegurados*, que comprenden dos tipos distintos de estipulaciones: las que limitan los derechos del asegurado en relación con los elementos esenciales del contrato (principalmente el riesgo) y las que reducen derechos del asegurado resultantes de la ley o del contrato y no relativos a los referidos elementos esenciales del negocio⁶¹. Para que este tipo de cláusulas se incorporen al contrato se exige el cumplimiento de dos requisitos más: a) que sean *resaltadas o destacadas de modo especial* por el asegurador, y b) que sean *específicamente aceptadas por escrito* por el asegurado (art. 3 LCS). De estas dos exigencias, la que conecta directamente con la problemática de la letra pequeña es la primera. En relación con ella se admite que el especial resalto de este tipo de estipulaciones puede tener lugar de varias formas, consistiendo una de ellas precisamente en la utilización de caracteres tipográficos diferentes o de mayor tamaño que el resto del clausulado. Pero, además, se aceptan también otras vías de especial resalto tales como, por ejemplo, el uso de cursiva, negrita, subrayado u otro color diferente; o la reserva de una parte del documento contractual para las cláusulas limitativas; o la inclusión de dichas cláusulas en cuadros o recuadros, etc. Sólo de este modo estas estipulaciones

contratos de seguro: protección de las expectativas y el consentimiento de los asegurados”, RCDI, núm. 761, mayo-junio, 2017, pp. 1151 y ss.

61. Al respecto: MIRANDA SERRANO, L. M. y PAGADOR LÓPEZ, J., “Condiciones generales y particulares...”, *cit.*, p. 38 y ss.; y del primer autor: “Transparencia...”, *cit.*, pp. 295 y ss., y “Cláusulas limitativas...”, *cit.*, pp. 1159 y ss.; también: LÓPEZ BERMÚDEZ, M.A., “Las cláusulas limitativas de derechos en el contrato de seguro”, *Revista de Responsabilidad Civil y Seguro*, núm. 77, 2021, pp. 29 y ss. En la webgrafía: TAPIA HERMIDA, J., “Cláusulas sorprendentes, lesivas y limitativas de los contratos de seguro en la jurisprudencia de la Sala 1.ª del TS. Sistematización y diagnóstico diferencial”, en <http://ajtapia.com>; FUNALLET, J. M., “¿Qué es la letra pequeña en los seguros? Cláusulas que delimitan el riesgo y cláusulas que limitan los derechos de los asegurados”, en <https://www.claimcenter.com>; GONZÁLEZ, U., “Pólizas de seguros: ¿Qué son las cláusulas lesivas, limitativas y delimitadoras del riesgo asegurado?”, en <https://www.sanahuja-miranda.com>; SEVILLA CÁCERES, F., “Delimitación de cobertura y cláusulas limitativas en el contrato de seguro”, en <https://www.mundojuridico.info>.

se entienden incorporadas válidamente al contrato (siempre que, además, sean especialmente aceptadas por el asegurado mediante su firma)⁶².

3. EL CONTROL DE TRANSPARENCIA MATERIAL: SU INAPLICACIÓN A LAS CLÁUSULAS EN LETRA PEQUEÑA E ILEGIBLE QUE INFRINGEN LA EXIGENCIA DE LA PERCEPTIBILIDAD EN EL SECTOR BANCARIO Y FINANCIERO

El control de transparencia material (o control de transparencia *cuilificado*, en palabras de nuestro TS) trata de garantizar que en el momento de contratar el adherente tenga un *efectivo conocimiento del objeto principal o los elementos esenciales del contrato*, ya que solo de este modo cabría hablar de un consentimiento emitido con plena libertad de saber⁶³. Se trata de un tipo de control elaborado jurisprudencialmente, aunque cabría ubicar su origen en la regla prohibitiva de las *cláusulas sorprendentes* o *sorpresivas*, asunto abordando por nuestra doctrina al analizar el Derecho alemán de condiciones generales de la contratación⁶⁴. En concreto, la STS de 9 de mayo de 2013 define el control de transparencia material como “parámetro abstracto de la validez de la cláusula predispuesta” que “cuando se proyecta sobre los elementos esenciales del contrato tiene por objeto que el adherente conozca o pueda conocer con sencillez tanto la ‘carga económica’ que realmente supone para él el contrato celebrado, esto es, la onerosidad o sacrificio patrimonial realizado a cambio de la prestación económica que se quiere obtener, como la carga jurídica del mismo, es decir, la definición clara de su posición jurídica tanto en los presupuestos o elementos típicos que configuran el contrato celebrado, como en la asignación o distribución de los riesgos de la ejecución o desarrollo del mismo”⁶⁵. En parecidos términos se pronuncia también, algún tiempo después, la STS de 25 de marzo de 2015, donde se afirma que las cláusulas relativas al objeto principal del contrato han de someterse a un “doble control de transparencia”. De un lado, al control de “mera transparencia documental o gramatical”, como denomina aquí el TS al control de inclusión o de incorporación. De otro, al control de transparencia en sentido estricto o material, que requiere “que la información suministrada permita al consumidor percibir que se trata de una cláusula que define el objeto principal del contrato, que incide o puede incidir en el contenido de su obligación de pago y tener un conocimiento real y razonablemente completo de cómo juega o puede jugar en la economía del contrato”. En función de lo anterior, esta STS establece que “no pueden utilizarse cláusulas que, pese a que gramaticalmente sean comprensibles

62. Vid. los autores que se citan en la nota anterior; en especial, realiza una buena síntesis LÓPEZ BERMÚDEZ, M. A., “Las cláusulas limitativas...”, *cit.*, pp. 32 y ss.

63. MIRANDA SERRANO, L. M., “El control de transparencia...”, *cit.*, p. 11

64. Vid. ALFARO-ÁGUILA REAL, J., *Las condiciones generales de la contratación*, Ed. Civitas, Madrid 1991, pp. 274 y ss.; y PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales y cláusulas contractuales predispuestas*, Marcial Pons, Madrid, 1999, pp. 454 y ss.

65. STS 241/2013, de 9 de mayo de 2013 (RJ 2013, 3088), EDJ 2013/53424, disponible en <https://online.Elderecho.com>

y estén redactadas en caracteres legibles, impliquen subrepticamente una alteración del objeto del contrato o del equilibrio económico sobre el precio y la prestación, que pueda pasar inadvertida al adherente medio⁶⁶.

En suma, cabría afirmar que con la aplicación de este control se persigue evitar que en los clausulados predispuestos los predisponentes hagan uso de las denominadas cláusulas sorprendentes o sorpresivas. Así se pronuncia la doctrina y la jurisprudencia, subrayando la estrecha vinculación que existe entre el control de transparencia material y la regla prohibitiva de este tipo de cláusulas⁶⁷. Ahora bien, para conseguir entender esta vinculación, así como la función y el alcance del control de transparencia material, debemos destacar dos ideas fundamentales en la dirección señalada por la doctrina que estudia esta modalidad de control⁶⁸: 1.^a) La primera es que *el objeto principal o los elementos esenciales del contrato no son susceptibles de ser sometidos a control de contenido o abusividad*, ya que principalmente es a estos elementos a los que los adherentes dirigen su atención cuando contratan. En realidad, la equivalencia entre precio y prestación es un asunto que corresponde al mercado y no al Derecho. Por ello adquiere tanta importancia que las cláusulas relativas a dichos elementos sean auténticamente transparentes, es decir, efectivamente conocidas y comprendidas por los adherentes en el momento de emitir sus consentimientos negociales. 2.^a) La segunda es que *cuando un cliente celebra un contrato, tiene unas expectativas legítimas y razonables a la vista del tipo de contrato de que se trate, del modo en que sea regulado por la legislación en caso de ser un contrato típico, de la práctica usual del sector, de la publicidad emitida en la fase precontractual y, en suma, del contexto global en que se ha desarrollado la operación negocial entre las partes*. Pues bien, a la vista de estas dos ideas, podemos concluir que son cláusulas sorprendentes o, si se prefiere, no transparentes por no superar el control de transparencia material que analizamos, aquellas estipulaciones que, versando sobre el objeto principal o los elementos esenciales del contrato, resultan tan inesperadas para el adherente que contravienen de manera clara y evidente las legítimas y razonables expectativas que dicho sujeto tenía en el momento de contratar⁶⁹. Por eso el control de transparencia material supone un plus importante

66. STS 139/2015, de 25 de marzo de 2015 (RJ 2015, 735), accesible en <https://supremo.vlex>.

67. Según la doctrina, “las cláusulas sorprendentes y las cláusulas intransparentes referidas a los elementos esenciales del contrato son hermanas gemelas muy difíciles de distinguir en la práctica” (ALFARO ÁGUILA-REAL, J. “Cámara, en InDret sobre la sentencia del TJUE sobre retroactividad de la nulidad por falta de transparencia de la cláusula suelo”, disponible en <https://derecho.mercantilespana.blogspot.com.es>). También el TS ha sostenido expresamente [en STS 57/2017, de 30 de enero (RJ 2017, 371)] que el control de transparencia cualificado o segundo control de transparencia conecta directamente con la regla prohibitiva de las cláusulas sorpresivas (STS 57/2017, de 30 de enero de 2017, accesible en <https://online.elderecho.com>).

68. MIRANDA SERRANO, L. M., “El control de transparencia...”, *cit.*, pp. 15 y ss.

69. *Vid.* el autor y trabajo citado en la nota anterior, p. 18.

respecto del control de transparencia formal, o control de inclusión o de incorporación. No solo es necesario que las cláusulas estén redactadas de forma clara y comprensible (y, en lo que aquí especialmente nos interesa, de forma legible), sino también que el adherente tenga un conocimiento real de su significado y alcance, si se trata de estipulaciones relativas al objeto principal o a los elementos esenciales del negocio, pudiendo prever las consecuencias económicas que de ellas se derivan⁷⁰.

Existe, además, otra diferencia importante entre los dos controles de transparencia que analizamos: el formal y el material. El primero, como expusimos con anterioridad, es aplicable a cualquier contrato en el que se utilicen condiciones generales de la contratación o clausulados predispuestos (contratos B2C y B2B). Por ello dicho control está formulado tanto en el TRLGDCU como en la LCGC. Sin embargo, el control de transparencia material (al igual que el control de contenido o abusividad) está reservado solo a los contratos de consumo (B2C). Así lo ha venido sosteniendo el TS, que ha conectado dicho control con el de contenido o de abusividad y no con el de inclusión o incorporación. Y así se desprende de la *Ley de Contratos de Crédito Inmobiliario* (en lo sucesivo: LCCI)⁷¹, que ha reformado los arts. 83 TRLGDCU y 5 LCGC con la finalidad de incorporar a nuestro Derecho este control de transparencia material. Según la nueva redacción que se ha dado a estos dos preceptos, a ambos se ha incorporado la siguiente previsión: “Las condiciones incorporadas de modo no transparente en los contratos *en perjuicio de los consumidores* serán nulas de pleno derecho”. A la vista de la redacción conferida por la LCCI a los arts. 5 LCGC y 83 TRLGDCU, podemos afirmar que el control de transparencia material que empezó siendo una construcción jurisprudencial cuenta hoy con una formulación legal en nuestro Derecho. Al parecer, con estas normas lo que el legislador quiere disponer es que la falta de transparencia material de una cláusula predispuesta (sobre el objeto principal o los elementos esenciales del contrato) comporta de forma inevitable su ilicitud, sin tener que someterla a un posterior control de contenido o abusividad. Así parece entenderlo el TS en la STS de 24 de febrero de 2020, donde afirma (si bien lo hace *obiter dicta*) que el párrafo 2.º del art. 83 TRLGDCU, tras la redacción conferida por la LCCI, parece equiparar transparencia con abusividad, haciendo innecesario un posterior control de contenido de las cláusulas no transparentes: “A falta, pues, de pacto expreso y conforme a la normativa legal expuesta, cabe concluir que la relación contractual entre las partes, en lo que se refiere a la cuantificación de los honorarios profesionales, no fue transparente, porque no hubo información al respecto. Ahora bien, *teniendo en cuenta que cuando se celebró el contrato no estaba en vigor la actual redacción del párrafo segundo del art. 83 TRLGDCU, que parece equiparar la falta de transparencia a la abusividad*, resulta aplicable

70. Vid. ARIAS, S., “Diferencia entre control de incorporación...”, *cit.*, p. 1.

71. En BOE núm. 65, de 16 de marzo de 2019.

la jurisprudencia del TJUE que establece que, respecto de los elementos esenciales del contrato (precio y prestación) una vez apreciada la falta de transparencia es cuando debe hacerse el juicio de abusividad”⁷².

Tras conocer en qué consiste el control de transparencia material y su aplicación exclusiva a los contratos de consumo, tenemos que preguntarnos si a las cláusulas definitorias del objeto principal del contrato que redactan en letra pequeña las entidades bancarias y financieras, incumpliendo así la exigencia de la perceptibilidad (por ser ilegibles), se les ha de aplicar también el control de transparencia material. Nuestro TS responde a esta cuestión de forma negativa, al sostener que el “segundo control de transparencia”, se aplica una vez que es superado el control de transparencia formal, que actúa como un *prius* lógico de inclusión de las cláusulas en el contrato⁷³. Y, en nuestra opinión, esta respuesta ha de considerarse acertada. Para explicarnos, vamos a recurrir a un sencillo ejemplo. Pensemos que nos encontramos en una carrera de obstáculos en la que solo podrá ser triunfador aquel que consiga superar todos y cada uno de los obstáculos existentes. E imaginemos que el primer obstáculo está constituido por el control de transparencia formal. Pues bien, si este obstáculo no se supera, no tendría sentido ofrecer al corredor la posibilidad de intentar superar el segundo, ya que el resultado sería el mismo: la descalificación. Cosa distinta sería que se superase el primero de los controles, pues entonces sí habría de someterse al segundo (el control de transparencia material), lo que supondría analizar si el adherente tuvo o no un conocimiento efectivo de la cláusula (definitoria del objeto principal del contrato) en el momento de contratar. En el caso de nuestro objeto de estudio, esto es, cláusulas redactadas con letra pequeña e ilegible, se incumple la exigencia de la perceptibilidad relativa a la transparencia formal. Por ello esas cláusulas han de reputarse nulas sin necesidad de analizar si superan o no el control de transparencia material. Como argumento que apoya esta solución, podemos mencionar a la doctrina que analiza las cláusulas sorprendentes del Derecho alemán, pues, como señalamos con anterioridad, dichas cláusulas se identifican básicamente con las que no superan el control de transparencia material. Según esta doctrina, desde un punto de vista técnico, la regla de las cláusulas sorprendentes constituye un “requisito de inclusión de carácter negativo”, en el sentido de que afecta a cláusulas que han superado el control de inclusión o de incorporación (o control de transparencia formal) pero que por referirse a los elementos esenciales del contrato y no haber sido conocidas y consentidas por el adherente en el momento de contratar, son expulsadas o desalojadas del documento contractual⁷⁴. Pues bien, al

72. STS 121/2020, 24 de febrero de 2020 (RJ 2020, 486), disponible en <https://vlex.es/vid/840799418>.

73. En este sentido, *vid.* STS 241/2013, de 9 de mayo de 2013; STS 367/3016, de 3 de marzo de 2016; o STS 57/2017, de 30 de enero de 2017, entre otras; todas accesibles en <https://online.elderecho.com>.

74. PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales y cláusulas...*, cit., pp. 454 y ss.

afirmarse que las cláusulas sorprendentes son aquellas que han superado el control de inclusión o de incorporación, se está admitiendo que, si no lo superan, ya no es posible entrar a valorar si son o no sorprendentes o no transparentes en sentido material, pues ya han sido desalojadas del contrato por incumplir ese control previo al de transparencia material que es el de inclusión o incorporación (o de transparencia en sentido formal).

V. LA EXPULSIÓN DEL CONTRATO DE LAS CLÁUSULAS NO NEGOCIADAS INDIVIDUALMENTE QUE RECOGEN LA LETRA PEQUEÑA E ILEGIBLE UTILIZADA POR LAS ENTIDADES BANCARIAS Y FINANCIERAS EN SU ACTIVIDAD PROMOTORA DE LA CONTRATACIÓN

Para finalizar hemos de abordar un asunto que nos parece interesante, cual es la *expulsión del contrato de las condiciones generales y/o cláusulas pre-dispuestas que recogen el contenido de los mensajes en letra pequeña utilizados por las entidades financieras en su actividad publicitaria y, en general, promotora de la contratación de sus productos y servicios*. Se trata de una práctica muy frecuente que, en principio, no es ilegal, pues el uso publicitario de la letra pequeña está admitido en nuestro ordenamiento, al entrar dentro de la libertad del anunciante de diseñar sus mensajes publicitarios⁷⁵. En particular, la utilización publicitaria y promocional de la letra pequeña se convierte en ilícita cuando no se emplea con el fin de ofrecer más detalles a los consumidores y usuarios mediante una ampliación de la información contenida en el mensaje principal, sino para matizar sensiblemente e incluso contradecir lo ofertado o publicitado en dicho mensaje a través caracteres tipográficos de mayor tamaño⁷⁶. Esta idea queda muy bien reflejada en la SAP de Madrid de 24 de mayo de 2005. En ella, tras afirmarse que el anunciante goza de libertad para configurar sus mensajes publicitarios, pudiendo utilizar letra pequeña, se matiza la afirmación anterior cuando se dice que cosa diferente es que el mensaje en letra pequeña incorpore “condicionantes o limitaciones al mensaje en letra mayor, más sugestivo, que termine por desvirtuarlo totalmente o en gran medida, en cuyo supuesto sí podríamos encontrarnos ante un caso de publicidad engañosa”. También

75. Así lo expresan las SSAP de Madrid de 7 de octubre de 1991 y 24 de mayo de 2005: “El anunciante no está obligado a sujetarse en los mensajes publicitarios a esquemas pre-determinados, siendo relativamente frecuente que en letra pequeña se quieran hacer ver al consumidor las condiciones detalladas en las que la operación anunciada se va a producir, sin que baste la diferencia de letra entre el mensaje principal que, como es lógico en publicidad, es el más sugestivo, y el mensaje complementario más reducido, para entender que el anuncio encierra un engaño”.

76. Esto explica que nuestra doctrina afirme que el anunciante ha de evitar que los mensajes menos destacados limiten o contradigan de forma importante la información suministrada a través de los mensajes principales: TATO PLAZA, A., “En torno al relieve jurídico de la denominada parte captatoria de la publicidad”, en *Autocontrol*, núm. 79, 2003, p. 1 (en www.autocontrol.es); MASSAGUER FUENTES, J., *Comentario a la Ley de Competencia Desleal*, Ed. Civitas, Madrid, 1999, p. 237; SALGADO ANDRÉ, E., “El (ab)uso de la letra pequeña...”, *cit.*, p. 3.

recoge esta misma idea la Circular del Banco de España 4/2020, de 26 de junio, a la que nos referimos con anterioridad, al disponer que “cuando en la pieza publicitaria se incluyan mensajes de carácter secundario o de forma menos destacada, estos no podrán contradecir el contenido del mensaje principal ni limitarlo de manera esencial”⁷⁷. Hecha esta aclaración, a continuación vamos a realizar unas consideraciones generales sobre el *principio de la integración publicitaria del contrato*, dado que la expulsión del contrato de las cláusulas no negociadas individualmente que recogen el contenido en letra pequeña de la publicidad encuentra su fundamento en dicho principio.

1. CONSIDERACIONES PRELIMINARES SOBRE EL SIGNIFICADO Y ALCANCE DEL PRINCIPIO DE LA INTEGRACIÓN PUBLICITARIA DEL CONTRATO

El principio de la integración publicitaria del contrato tiene un claro origen judicial, pues fue la jurisprudencia la que por vez primera defendió que el contenido de la publicidad forma parte del contrato y puede ser exigido por el cliente aun cuando no figure en el documento contractual. Destaca, en especial, la STS de 27 de enero de 1977 que fundamenta en la buena fe la integración de un contrato de compraventa de una vivienda, estableciendo que las prestaciones ofrecidas por la empresa constructora en unos folletos publicitarios formaban parte del contrato, pese a que en dichos folletos se afirmaba expresamente que no constituían documento contractual⁷⁸. Algunos años más tarde, se pronuncia de forma parecida la STS de 5 de enero de 1980, donde se dice expresamente que en cualquier relación jurídica “lo fundamental que hay que proteger es la confianza”, pues si no se hace así se infringe la buena fe. Y a lo anterior se añade que eso es lo que ocurriría si las expectativas generadas por la publicidad en su destinatario fuesen posteriormente desmentidas por el empresario a la hora de celebrar el contrato⁷⁹. Pues bien, cuando en 1984 se elaboró la LGDCU el legislador consideró que la solución jurisprudencial a la que acabamos de referirnos era acertada. Por ello decidió plasmarla en el art. 8 LGDCU. De hecho, como señala la doctrina, en la tramitación parlamentaria del Proyecto de LGDCU se reconoció de manera expresa que dicho precepto (art. 8 LGDCU) tenía un claro origen jurisprudencial⁸⁰. Posteriormente, cuando en 2007 el legislador español consideró conveniente refundir gran parte de las normas protectoras de los consumidores en un único texto

77. La doctrina se pronuncia en este mismo sentido: *vid.* SALGADO ANDRÉ, E., “El (ab) uso de la letra pequeña...”, *cit.*, pp. 3 y ss., quien sigue a TATO PLAZA, A., “En torno al relieve...”, *cit.*, p. 2.

78. STS 26/1977, de 27 de enero, EDJ 1977/411, disponible en <https://online.elderecho.com>.

79. STS 4/1980, de 5 de enero, EDJ 1980/1100, disponible en <https://online.elderecho.com/>.

80. *Vid.* MIRANDA SERRANO, L. M. y SERRANO CAÑAS, J. M., “Relevancia negocial de la publicidad en los contratos entre empresarios o profesionales”, en RDCD, núm. 18, 2016, nota 8.

legal, el contenido del art. 8 LGDCU pasó al art. 61 TRLGDCU, que es el precepto que actualmente formula el principio de la integración publicitaria. En él se establecen las tres reglas siguientes: 1.^a) En primer lugar, que “la oferta, promoción y publicidad de los bienes y servicios se ajustarán a su naturaleza, características, utilidad o finalidad y a las condiciones jurídicas y económicas de la contratación”. 2.^a) En segundo lugar, que “el contenido de la oferta, promoción o publicidad, las prestaciones propias de cada bien o servicio, las condiciones jurídicas o económicas y garantías ofrecidas serán exigibles por los consumidores y usuarios, aun cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido y deberán tenerse en cuenta en la determinación del principio de conformidad con el contrato”. 3.^a) En tercer y último lugar, que “no obstante lo dispuesto en el apartado anterior, si el contrato celebrado contuviese cláusulas más beneficiosas, estas prevalecerán sobre el contenido de la oferta, promoción o publicidad”.

En realidad, de las tres reglas expuestas solo dos de ellas se refieren verdaderamente a la integración publicitaria del contrato: la 2.^a y la 3.^a. La 1.^a consagra un principio distinto, que es el llamado “principio de veracidad de la actividad publicitaria”, que también está recogido en las cláusulas especiales sobre actos de engaño contenidas en la LCD. De las reglas 2.^a y 3.^a formuladas por el art. 61 TRLGDCU se desprende el significado del principio de la integración publicitaria. Este consiste básicamente en conferir relevancia contractual a los contenidos publicitarios y promocionales. Con mayor exactitud, siguiendo a los autores que más recientemente lo analizan, podemos afirmar que, en virtud de este principio, el contenido de la publicidad prevalece siempre sobre el contenido del contrato, salvo en los dos supuestos siguientes 1.^o) Cuando el contenido del contrato es más favorable que el contenido de la publicidad, pues así lo establece la 3.^a regla del art. 61 TRLGDCU al disponer que “si el contrato celebrado contuviese cláusulas más beneficiosas, estas prevalecerán sobre el contenido de la oferta, promoción o publicidad”. 2.^o) Cuando el contenido del contrato es expresamente negociado por las partes contratantes, pues si existe negociación entre los contratantes, el consumidor tiene conocimiento, en el momento de concluir el contrato, de la divergencia existente entre el contenido del contrato y el contenido de la publicidad⁸¹. En relación con el primero de estos supuestos, poco tenemos que decir, pues el art. 61 TRLGDCU es muy claro al conferir primacía al contenido del contrato cuando este sea más favorable que el contenido de la publicidad. El segundo supuesto, por el contrario, no aparece formulado en el art. 61 TRLGDCU. Pero es sostenido por un sector de la doctrina, claramente partidaria de entender que para que prevalezca una cláusula contractual frente al contenido de la publicidad dicha cláusula “ha de haber sido objeto de

81. MIRANDA SERRANO, L. M. y SERRANO CAÑAS, J. M., “Relevancia negocial...”, *cit.*, pp. 2 y ss.

auténtica negociación, lo que no se entiende producido en las cláusulas no negociadas individualmente”⁸².

Ahora bien, en relación con el segundo supuesto al que acabamos de referirnos surge un problema práctico importante. Este consiste en verificar en qué casos el consumidor ha aceptado verdaderamente, de forma consciente y voluntaria, que el contenido del contrato difiera del contenido de la publicidad y, por tanto, es posible hablar de verdadera o auténtica negociación individual entre las partes. En relación con este asunto, la doctrina realiza las siguientes precisiones que, desde nuestro punto de vista, son acertadas⁸³: 1.^a) Por supuesto que no es posible entender que existe aceptación del adherente y, por tanto, verdadera negociación cuando el consumidor se limita a firmar un clausulado de condiciones generales o de cláusulas predispuestas, pues en dichos casos, como sabemos, dicho sujeto no participa en absoluto en la fijación del contenido del contrato. 2.^a) Lo anterior cuenta con una excepción: que la alteración entre la publicidad y el contrato verse sobre el objeto principal o los elementos esenciales del contrato, pues en estos supuestos las divergencias entre publicidad y contrato difícilmente podrían pasar desapercibidas para el consumidor. 3.^a) En realidad, las cláusulas sobre los elementos esenciales del contrato únicamente podrían considerarse ilícitas cuando consistan en cláusulas sorprendentes o sorpresivas que, como indicamos más arriba, son aquellas que, pese a ir referidas a la parte económica o principal del contrato, se encuentran camufladas dentro del conjunto de condiciones generales, no siendo conocidas por el consumidor a la hora de contratar. 4.^a) Evidentemente, cuando no estemos ante contratos celebrados a través de condiciones generales o cláusulas predispuestas, sino expresamente negociados por las partes, prevalece el contenido del contrato sobre el contenido de la publicidad. Ahora bien, en estos casos ha de ser el empresario quien demuestre que el consumidor conoció y consintió expresamente que el contrato tuviese un contenido diverso del anunciado en la publicidad⁸⁴.

2. DETERMINACIÓN DE LAS CIRCUNSTANCIAS QUE HAN DE CONCURRIR PARA QUE PUEDAN EXPULSARSE DEL CONTRATO LAS CLÁUSULAS QUE RECOGEN LA LETRA PEQUEÑA E ILEGIBLE DE LA PUBLICIDAD

Una vez expuesto, de forma sintética, en qué consiste y cuál es el alcance del principio de la integración publicitaria del contrato, hemos

82. CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario del art. 61...”, *cit.*, p. 523; también: ZUBERO QUINTANILLA, S., “La interpretación del valor del contenido de las declaraciones publicitarias en la jurisprudencia española y francesa”, *Revista Doctrinal Aranzadi Civil-Mercantil*, núm. 6/2016, p. 11.

83. *Vid.* MIRANDA SERRANO, L. M. y SERRANO CAÑAS, J. M., “Relevancia negocial...”, *cit.*, pp. 2 y ss.

84. Más ampliamente *vid.* nuestro trabajo “El principio de la integración publicitaria del contrato y la letra pequeña de la publicidad”, en *La Ley Mercantil*, núm. 83, septiembre de 2021, pp. 1 y ss.

de concretar las circunstancias que han de concurrir en un caso concreto para que el adherente pueda expulsar del contrato aquellas cláusulas que recogen la letra pequeña de la publicidad. Para ello parece conveniente diferenciar dos supuestos diferentes, según el contrato se concluya a través de condiciones generales y/o cláusulas predispuestas o, por el contrario, se trate de un contrato negociado por las partes.

1.º) *Contrato celebrado a través de condiciones generales o cláusulas predispuestas*: Este supuesto es el que normalmente se da en la práctica, pues los contratos sobre productos y servicios financieros se celebran normalmente a través de la técnica de las condiciones generales de la contratación y los clausulados predispuestos. En estos casos, cuando la entidad de crédito o financiera utiliza una letra diminuta para establecer restricciones o limitaciones al mensaje destacado en la publicidad, en contravención de lo exigido por las Circulares del Banco de España anteriormente comentadas, el consumidor (en aplicación del art. 61 TRLGDCU) está facultado para exigir que sólo forme parte del contrato el contenido de la publicidad que aparece en caracteres destacados y sobre el cual centró su atención cuando observó el anuncio publicitario. Esta solución parece la razonable porque el contenido en letra pequeña de la publicidad no fue debidamente percibido por el cliente, por lo que sus expectativas a la hora de celebrar el contrato se reducían solo a lo que aparecía publicitado en caracteres tipográficos destacados. Por eso, en virtud del art. 61 TRLGDCU, puede sostenerse que en estos casos el adherente tiene derecho a solicitar la expulsión del contrato de aquellas cláusulas que recogen los mensajes publicitados en letra pequeña. En realidad, dichas cláusulas se han de considerar sorprendidas o sorprendentes por cumplir los requisitos de este tipo de estipulaciones. Doctrinalmente afirma, en este sentido, que merced al art. 61 TRLGDCU, el contenido de la publicidad (que genera en el adherente unas expectativas legítimas y razonables y, por tanto, dignas de protección jurídica) “expulsará del contrato todas aquellas cláusulas que lo contradigan, siempre que no hayan sido conocidas y consentidas por el adherente en el momento de contratar (pues si el predisponente puede probar dicho conocimiento, estaremos naturalmente ante cláusulas válidas y eficaces que en modo alguno merecerán reputarse no transparentes o sorprendentes)”⁸⁵. Ahora bien, por “contenido de la publicidad” hemos de entender solamente el mensaje publicitado con caracteres tipográficos adecuados para ser debidamente percibido por el destinatario; no aquel que está redactado en caracteres tan diminutos que se convierte en ilegible⁸⁶.

85. MIRANDA SERRANO, L. M., “El control de transparencia...”, *cit.*, p. 41.

86. Así lo explicamos con mayores detalles en “El principio de la integración publicitaria del contrato y la letra pequeña...”, *cit.*, pp. 1 y ss. Como afirma la doctrina, el principio de la integración publicitaria del contrato “tiene dos caras, como el Dios Jano”. Por un lado, posee una cara “positiva”, que faculta al adherente a exigir al predisponente que formen parte del contrato todos aquellos contenidos que en su momento fueron publicitados o promocionados pero que finalmente no llegaron a incluirse dentro del

2.º) *Contrato negociado individualmente por los contratantes*: En cambio, cuando el contrato es resultado de una negociación individual entre las partes, lo que es muy infrecuente que acontezca en el sector bancario y financiero (y, en general, en cualquier ámbito de la vida económica), parece claro que la letra pequeña de la publicidad podrá formar parte del contenido contractual, aun cuando limite o restrinja lo estipulado en el mensaje publicitario. Esta solución se explica por el hecho de que en estos casos el cliente conoce el contenido de cada una de las cláusulas negociales que integran el contrato (por ser resultado de una negociación individual entre las partes) y, por tanto, es consciente de las limitaciones que sobre el mensaje publicitario que aparecía en caracteres destacados introdujo la letra pequeña de la publicidad. Ahora bien, en estos supuestos ha de ser el empresario o profesional (esto es, la entidad bancaria o financiera) quien ha de probar en cada caso que hubo una verdadera negociación y, por tanto, que el cliente conoció el contenido de la cláusula contractual en el momento de emitir su consentimiento⁸⁷.

VI. CONCLUSIÓN

Tras la exposición realizada, contamos ya con los argumentos jurídicos para contestar a la cuestión que nos planteábamos al inicio de este trabajo en relación con el supuesto práctico del que partíamos. Nos preguntábamos allí si era lícita la pretensión de la entidad bancaria de aumentar el importe de los intereses a cobrar a D. Doroteo, merced a lo dispuesto en una de las cláusulas predispuestas del contrato, la número 27, escrita en una letra tan pequeña y diminuta que la hacía ilegible. La respuesta ha de ser claramente negativa. Y se ha de fundar en el control de transparencia formal o control de inclusión o de incorporación al que están sometidas las condiciones generales y cláusulas predispuestas en nuestro Derecho. Como hemos visto, según

clausulado contractual. Por otro lado, una cara “negativa”, que faculta al adherente a exigir al predisponente que sean expulsadas del contrato aquellas cláusulas predispuestas o condiciones generales relativas al objeto principal del negocio que no fueron conocidas ni consentidas por él en el momento de celebrar el contrato, y cuya incorporación al clausulado contractual supone una evidente violación de las legítimas expectativas que le había suscitado la operación negocial a la vista de su naturaleza del contexto en que se celebró y, en especial, de los mensajes publicitarios que le incitaron a contratar (*vid.* el autor y el trabajo citado en la nota anterior, p. 56). Pues bien, desde nuestro punto de vista, parece claro que la letra pequeña de la publicidad entra dentro de la cara “negativa” del principio al que nos referimos. Por tanto, el adherente tiene derecho a exigir al predisponente que sean expulsadas del contrato aquellas cláusulas que recojan lo dispuesto en letra pequeña, ya que el tamaño de la letra utilizada en su redacción le impidió tener conocimiento de lo que en ellas se decía con anterioridad a la celebración del contrato, lo que hizo que sus expectativas legítimas se limitaran únicamente a lo que aparecía en mensajes destacados en la publicidad.

87. *Vid.*, por ejemplo, CÁMARA LAPUENTE, “Comentario del art. 61...”, *cit.*, pp. 522 y ss.; MIRANDA SERRANO, L. M. y SERRANO CAÑAS, J. M., “Relevancia negocial...”, *cit.*, pp. 1 y ss.

este control, se requiere que las estipulaciones contractuales sean perceptibles, lo que implica la prohibición, entre otras cosas, de todas aquellas que sean ilegibles (arts. 80 TRLGDCU y 7 LCGC). En concreto, una cláusula predispuesta utilizada en la contratación de productos y servicios financieros habrá de considerarse legible cuando no incumpla alguna estas reglas: 1.^a) tener un tamaño adecuado (no inferior, en ningún caso, a un milímetro y medio) para poder ser leída sin dificultad; 2.^a) que exista un correcto contraste con el fondo, ya que si este es insuficiente su lectura se puede hacer dificultosa o incluso imposible; 3.^a) que esté redactada con un tipo de letra de fácil lectura, pues no todos los tipos existentes poseen esta cualidad; 4.^a) y, por último, que no se haya colocado en un lugar recóndito del contrato, ya que esto puede complicar mucho su legibilidad. En el ámbito del contrato de seguro, se requiere además que las cláusulas limitativas de derechos de los asegurados estén especialmente resaltadas en el contrato por el predisponente, por lo que su redacción en letra pequeña haría que dichas estipulaciones se considerasen nulas de pleno derecho. Por último, creemos haber explicado con cierta claridad que, en virtud del principio de la integración publicitaria del contrato (art. 61 TRLGDCU), el adherente tiene derecho a solicitar la expulsión del contrato de aquellas cláusulas no negociadas individualmente que recojan contenido publicitario redactado en letra pequeña e ilegible que contradiga o matice sustancialmente el contenido del mensaje publicitario principal. Estas son, en suma, algunas de las principales ideas a las que nos ha llevado este trabajo, que nos ha permitido constatar que, hablando de cláusulas contractuales predispuestas, *el tamaño de la letra sí importa*, convirtiéndose en una exigencia dirigida a proteger los intereses económicos de quienes contratan con entidades bancarias y financieras.

VII. ADENDA

Una vez finalizado este trabajo y encontrándose en fase de publicación, se ha promulgado la *Ley 4/22 sobre la protección de los consumidores y usuarios ante situaciones de vulnerabilidad social y económica*. Entre las novedades introducidas por esta Ley, una de ellas afecta de forma muy importante al contenido de este trabajo. Se trata de la nueva redacción que se confiere al art. 80 del TRLGDCU, consistente en disponer, en lo que respecta a la exigencia de que el clausulado contractual predispuesto sea accesible y legible, que “en ningún caso se entenderá cumplido este requisito si el tamaño de la letra del contrato fuese inferior a los 2,5 milímetros, el espacio entre líneas inferior a los 1,15 milímetros o el insuficiente contraste con el fondo hiciese dificultosa la lectura”. Según la referida Ley 4/22, esta nueva redacción del art. 80 TRLGDCU (que asimila nuestro Derecho a otros ordenamientos a los que se alude en este trabajo como, por ejemplo, el Derecho chileno) entrará en vigor a los tres meses desde su publicación en el BOE, esto es, el 1 de junio de 2022 (pues la publicación en el BOE de la Ley tuvo lugar el 1 de marzo de 2022). Por tanto, a partir de esta fecha los contratos

de consumo celebrados a través de condiciones generales y clausulados predispuestos habrán de cumplir esta exigencia en cuanto al tamaño de la letra. Y dentro de dichos contratos hemos de incluir a los bancarios y financieros celebrados con consumidores, pues lo dispuesto en una norma con rango de ley (como la Ley 4/22) ha de prevalecer sobre lo establecido por una Circular del Banco de España.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

- ABOGADOS PÉREZ ORTIZ, “Nulidad de las cláusulas de un contrato con letra microscópica”, en https://www.Abogados_perezortiz.com/.
- ALFARO-ÁGUILA REAL, J., *Las condiciones generales de la contratación*, Ed. Civitas, Madrid 1991.
- “Cámara, en InDret sobre la sentencia del TJUE sobre retroactividad de la nulidad por falta de transparencia de la cláusula suelo”, en <https://derechomercantilesana.blogspot.com.es>.
- ARIAS, S., “Diferencia entre control de incorporación y control de transparencia de las condiciones generales de la contratación (cláusula suelo)”, en <https://www.iberley.es>.
- BADÍA, J., “La letra pequeña ya tiene un tamaño mínimo para los bancos”, en <https://www.hechosdehoy.com>.
- BURGUERA ABOGADOS, “Sobre el tamaño de la letra en la contratación bancaria con consumidores”, disponible en <https://www.burgueraabogados.com>.
- CABEZAS GONZÁLEZ, M., “La letra pequeña”, disponible en <https://www.periodico elbuscador.com>.
- CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario al artículo 3 TRLGDCU”, en CÁMARA LAPUENTE (dir.), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores*, Ed. Colex, Madrid, 2011, pp. 102 y ss.
- “Comentario al artículo 4 TRLGDCU”, en CÁMARA LAPUENTE (dir.), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores*, Ed. Colex, Madrid, 2011, pp. 154 y ss.
- “Comentario del art. 61 TRLGDCU”, en CÁMARA LAPUENTE (dir.), *Comentario a las normas de protección de los consumidores*, Ed. Colex, 2011, pp. 510 y ss.
- CAMARERO, J. M., “La publicidad con letra pequeña se dispara en la banca”, en <https://www.elnortedecastilla.es>.
- CLAVERÍA GOSÁLBEZ, L. H., *Condiciones generales y cláusulas contractuales impuestas*, Ed. Bosch, Barcelona, 2008.
- CONSERJERÍA DE EMPLEO, ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID, *Guía cláusulas abusivas: la letra pequeña de los contratos*, en <http://www.madrid.org>.

- DÍEZ-PICAZO, L., ROCA TRÍAS, E., y MORALES MORENO, A. *Los Principios del Derecho Europeo de Contratos*, Ed. Civitas, Madrid, 2002.
- FUNALLET, J. M., “¿Qué es la letra pequeña en los seguros? Cláusulas que delimitan el riesgo y cláusulas que limitan los derechos de los asegurados”, en <https://www.claimcenter.com>.
- GONZÁLEZ, U., Pólizas de seguros: “¿Qué son las cláusulas lesivas, limitativas y delimitadoras del riesgo asegurado?”, en <https://www.sanahuja-miranda.com>.
- LÓPEZ BERMÚDEZ, M. A., “Las cláusulas limitativas de derechos en el contrato de seguro”, *Revista de Responsabilidad Civil y Seguro*, núm. 77, 2021, pp. 29 y ss.
- MASSAGUER FUENTES, J., *Comentario a la Ley de Competencia Desleal*, Ed. Civitas, Madrid, 1999.
- MIRANDA ANGUITA, A., “Soluciones jurídicas a la letra pequeña de la publicidad y del contrato”, *Diario La Ley*, núm. 9903, de 1 de septiembre de 2021, pp. 1 y ss.
- El principio de la integración publicitaria del contrato y la letra pequeña de la publicidad”, *La Ley Mercantil*, núm. 83, septiembre de 2021, pp. 1 y ss.
- “Hacia una regulación general del uso lícito de la letra pequeña en la publicidad”, en TATO PLAZA y COSTAS COMESAÑA (dirs.), *Nuevas tendencias del Derecho de la competencia y de la propiedad industrial e intelectual*, 2022 (en prensa).
- “La letra pequeña de la publicidad ante el Derecho de la competencia desleal”, en MIRANDA y PAGADOR (dirs.), *Desafíos del regulador mercantil en materia de contratación y competencia empresarial*, Ed. Marcial Pons, 2021, pp. 507 y ss.
- MIRANDA SERRANO, L. M., “El control de transparencia de condiciones generales y cláusulas predispuestas en la contratación bancaria”, *InDret*, núm. 2, 2018, pp. 1 y ss.
- “Transparencia en la contratación de seguros: condiciones generales y particulares”, *Revista Española de Seguros*, núm. 171-172, diciembre de 2017, pp. 287 y ss.
- “Cláusulas limitativas y sorprendentes en contratos de seguro: protección de las expectativas y el consentimiento de los asegurados”, *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, núm. 761, mayo-junio, 2017, pp. 1151 y ss.
- Bases del Derecho de obligaciones y contratos mercantiles*, Ediciones DE, 2.ª edición, 2020.
- “La Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores: una nueva regulación para Europa de los contratos celebrados a distancia y extramuros de los establecimientos mercantiles”, *Revista de Derecho de la Competencia y de la Distribución*, núm. 11, 2012, pp. 77 y ss.

- “La protección de los consumidores en la contratación: aspectos generales”, en MIRANDA SERRANO, VELA TORRES Y PRÍES PICARDO, *La contratación mercantil, disposiciones generales, protección de los consumidores*, tomo XXX del *Tratado de Derecho Mercantil*, Ed. Marcial Pons, 2006, pp. 179 y ss.
- MIRANDA SERRANO, L. M. y PAGADOR LÓPEZ, J., “Condiciones generales y particulares del contrato de seguro: claves de su régimen legal y propuestas de modernización”, *Revista de Derecho Patrimonial*, núm. 40, 2016, pp. 27 y ss.
- MIRANDA SERRANO, L. M. y SERRANO CAÑAS, J. M., “Relevancia negocial de la publicidad en los contratos entre empresarios o profesionales. Alegato a favor de la integración publicitaria del contrato más allá de las relaciones de consumo”, *Revista de Derecho de la Competencia y la Distribución*, núm. 18, 2016, pp. 1 y ss.
- NACHETT, Y., “El tamaño sí importa (...) en la letra pequeña de los contratos”, en [https:// andaluciainformacion.es](https://andaluciainformacion.es).
- NAVAS MARQUÉS, J. I., “Control de transparencia en contratos bancarios: de la desinformación, a la letra pequeña”, en <http://www.juanignacionavas.com>.
- PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales y cláusulas contractuales pre-dispuestas*, Marcial Pons, Madrid, 1999.
- “La protección del consumidor en el contrato de seguro”, en MIRANDA SERRANO y PAGADOR LÓPEZ (dirs.), *Derecho (privado) de los consumidores*, Ed. Marcial Pons, 2012, pp. 367 y ss.
- “Título II. Condiciones generales y cláusulas abusivas”, en REBOLLO PUIG e IZQUIERDO CARRASCO (dirs), *La defensa de los consumidores y usuarios. Comentario sistemático del TRLGDCU*, Ed. Iustel, Madrid, 2011, pp. 1307 y ss.
- PAZOS CASTRO, R., *El control de las cláusulas abusivas en los contratos con consumidores*, Ed. Thomson Reuters-Aranzadi, 2017, pp. 225 y ss.
- PÉREZ DE MADRID CARRERAS, V., “La protección del consumidor en la contratación bancaria”, en MIRANDA SERRANO y PAGADOR LÓPEZ (dirs.), *Derecho (privado) de los consumidores*, Ed. Marcial Pons, Madrid, 2021, pp. 415 y ss.
- PÉRTIÑEZ VÍLCHEZ, F., “Comentario al artículo 80 TRDCU”, en CÁMARA LAPUENTE (dir.), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores*, Ed. Colex, Madrid, 2011, pp. 696 y ss.
- RODRÍGUEZ-TOUBES MUÑIZ, J., “La interpretación extensiva de la ley”, en <https://e-archivo.uc3m.es>.
- SALGADO ANDRÉ, E., “El (ab)uso de la letra pequeña como acto de competencia desleal”, *La Ley Mercantil*, núm. 80, 2021, pp. 1 y ss.
- SÁNCHEZ JÁUREGUI, M. A., “La importancia de la letra pequeña y los derechos del consumidor”, en <https://buscadorprofesional.com>.

- SERNAC: SERVICIO NACIONAL DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR, “Desde hoy desaparece letra chica de los contratos”, en <https://www.universia.net>.
- SEVILLA CÁCERES, F., “Nulidad de la cláusula de intereses al redactarse en letra microscópica”, en <https://www.mundojuridico.info>.
- TAPIA HERMIDA, J., “Cláusulas sorprendentes, lesivas y limitativas de los contratos de seguro en la jurisprudencia de la Sala 1.ª de lo Civil del TS. Sistematización y diagnóstico diferencial”, en <http://ajtapia.com>.
- TATO PLAZA, A., “En torno al relieve jurídico de la denominada parte captatoria de la publicidad”, *Autocontrol*, núm. 79, 2003 (accesible en www.autocontrol.es).
- VERDA Y BEAMONTE, J. R., “El control de transparencia de las condiciones generales de la contratación: el estado actual de la cuestión”, en <https://idibe.org>.

