

Contrato De Trabajo Publicidad Renovacion Uso Indebido De Imagen

DOMINGO, 10 DE ENERO DE 2021

JURISPRUDENCIA

Contrato de trabajo. Publicidad. Renovación. Uso indebido de imagen

Se hace lugar a la demanda por

diferencias salariales nacientes de la utilización indebida de la imagen de la actora en un spot publicitario elaborado por la demandada, pues, ante la imposibilidad de llegar a un acuerdo respecto a la renovación de los derechos de imagen de la publicidad, la productora modificó su imagen, manteniendo su cuerpo, utilizando de forma indebida su imagen.

En la ciudad de Buenos Aires, capital de la República Argentina, a los 21 de febrero de 2017, reunidos en la Sala de Acuerdos los señores miembros integrantes de este Tribunal, a fin de considerar el recurso interpuesto contra la sentencia apelada, se procede a oír las opiniones de los presentes en el orden de sorteo practicado al efecto, resultando así la siguiente exposición de fundamentos y votación: El doctor Héctor C. Guisado dijo: I.- Contra la sentencia de primera instancia (fs. 272) que rechazó la acción se alzan la parte actora y la codemandada Procter & Gamble Interamericas LLC a tenor de los memoriales obrantes a fs. 273/278 y 281 que recibieron réplicas de las contrarias. A su vez, dicha codemandada apela los honorarios regulados a la representación letrada de la actora y los del perito contador por reputarlos elevados. II.- Se agravia la actora por cuanto el Sr. Juez de grado rechazó la acción impetrada. A su vez, la codemandada Procter & Gamble Interamericas LLC se alza por el modo de imposición de las costas.

III.- Razones de orden metodológico imponen analizar, preliminarmente, los agravios deducidos por la actora. Esta cuestiona que el Sr. Juez de grado haya considerado que no le asiste derecho a la actora a reclamar las diferencias salariales pretendidas y los daños y perjuicios generados por la renovación del film publicitario donde Braunstein participó. Arguye sobre la prueba testimonial rendida y sostiene que la decisión del a quo se apartó de los elementos probatorios obrantes en la causa y las normas convencionales aplicables. Finalmente, cuestiona el razonamiento de grado relativo a la aplicación al sub lite de las previsiones del artículo 101 L.C.T. Adelanto que el agravio no debería tener favorable acogida. Hago esta afirmación por las siguientes consideraciones. En primer lugar, es dable mencionar que no resulta controvertido en autos que Braunstein participó en el aviso publicitario que Palermo Films S.A rodó en el año 2.010. Así, como consecuencia de ello, dicho spot publicitario fue objeto de renovación en el año 2.012 (v. fs. 56). Cabe mencionar en este aspecto que las consecuencias de la primera renovación del film fueron materia de controversia en la causa ?Braunstein Tamara Liliana c/ Palermo Films S.A y otro s/diferencia de salarios? (Expte N° 27.138/2012, S.D. 97907 del 12/05/2014). Ahora bien, se encuentran contestes las partes que como consecuencia de la segunda renovación del film publicitario y, ante la imposibilidad de acordar un nuevo cachet con la actora por el uso de su imagen, la demandada dispuso la edición de dicho film y excluyó la imagen de aquélla. Desde esta perspectiva, tal como tuve oportunidad de exponer en la citada causa ?Braunstein Tamara Liliana c/ Palermo Films S.A y otro s/diferencia de salarios? (S.D N° 97907), respecto del reclamo por la primera renovación del spot publicitario, cabe centrar el análisis en la naturaleza de la actividad. ?Digo ello porque, de acuerdo con el modo de contratación, los trabajadores perciben el cachet que pacten con la productora del spot publicitario al momento de la filmación por lo que ceden el derecho del uso de su imagen en las condiciones de tiempo, espacio, territorio y medios acordados. Así, vencido el tiempo establecido en el contrato, el empleador -la productora- tiene la facultad de renovar el uso de tal derecho con el pago del rubro 'renovación de la publicidad'. Sentado ello, en el sub lite la demandada dispuso la supresión de la imagen de Braunstein del spot publicitario y su reemplazo por otra actriz. De este modo, no existe motivo alguno que justifique el reclamo impetrado por la actora, por cuanto aquélla celebró un contrato de cesión del derecho del uso de su imagen por el plazo de un año. Ante dicha circunstancia, la posterior renovación del spot publicitario -con el consecuente uso de su imagen - luego de vencido el plazo del contrato celebrado generó el derecho al reclamo por dicha renovación, de acuerdo con lo previsto en el artículo 15 del Convenio Colectivo de Trabajo N° 102/90 -extremo que fue puntualmente analizado en la citada causa ?Braunstein?-. Empero, en la presente causa no media un supuesto de uso de la imagen por cuanto en este caso, la reproducción del film publicitario no incluía la participación de la actora. Desde esta perspectiva, tal como señaló el Sr. Juez de grado, no encuentro fundamento alguno que obste a la titular del film publicitario -ya sea la productora o el dueño de la marca que se publicita, aspecto que fue analizado en la citada causa (v. específicamente el considerando VII de mi voto)- de disponer las modificaciones de la obra sobre las que posee su titularidad. Así, no soslayo que el sentenciante a quo centró -en parte- sus argumentos en la modalidad contractual prevista en el artículo 101 L.C.T. Sin embargo, más allá del acierto o error de dicho razonamiento, cabe concebir las facultades del titular de la obra a la luz de las previsiones de la ley N° 11.723. En efecto, dicho plexo normativo consagra los derechos -tanto morales como patrimoniales- que le asisten a todo titular -que la ley define como ?autor?- de una obra intelectual. Esta protección, de carácter erga omnes, implica un reconocimiento amplio al autor de disponer de su creación. Así, el citado cuerpo legal en su artículo 2° establece

que ¿el derecho de propiedad de una obra científica, literaria o artística, comprende para su autor la facultad de disponer de ella, de publicarla, de ejecutarla, de representarla, y exponerla en público, de enajenarla, de traducirla, de adaptarla o de autorizar su traducción y de reproducirla en cualquier forma?. De este modo, las facultades amplias de uso y disposición que la ley le reconoce al autor implican que ¿tiene sobre su obra el derecho a usarla, es decir, a emplearla conforme a su voluntad, a disfrutarla o a aprovecharla de todos los modos posibles de explotación y disponer de la obra, en todo sentido? (v. comentario a la ley 11.723 en ¿Código Civil y leyes complementarias, comentado, anotado y concordado?, dirigida por Augusto Belluscio y coordinada por Eduardo Zannoni. Tomo 8º, pág. 300). Es decir, que la doctrina de la propiedad intelectual concede al autor la clásica trilogía románica del ius utendi, ius fruendi, ius abutendi. Por otra parte, el artículo 31 de la ley 11.723 regula el derecho de toda persona a la protección de su imagen. Cabe aclarar en este aspecto que lo que la norma define como ¿retrato? es lo que la doctrina civil moderna define como imagen. Ahora bien, esa protección puede ser tanto en su sentido positivo como negativo, en cuanto al derecho que le asiste a cada persona de reclamar los derechos patrimoniales por el uso o en su caso a negarse (entendido ello como la protección a la imagen y a la intimidad de la persona). Cuando la utilización de la imagen refiere a un profesional de ella, cabe remitirse a las previsiones del artículo 56 de dicho cuerpo legal, en cuanto regula el derecho de los intérpretes, definidos estos, según los incisos b) y c) del artículo 1º del decreto Nº 746/1973 como ¿al director y a los actores de obras cinematográficas y grabaciones con imagen y sonido en/con cinta magnética para televisión? y al ¿cantante, al bailarín y a toda otra persona que represente un papel, cante, recite, interprete o ejecute en cualquier forma que sea una obra literaria, cinematográfica o musical?. Así, tanto el citado artículo 56 como la ley 23.741 y la Convención de Roma de 1961 (ley 23.921) reconocen en forma expresa derechos patrimoniales que le asisten a todo intérprete ante la ejecución de la obra en la que aquél participó. Sin embargo, ese derecho se encuentra limitado a la participación -o ejecución- del intérprete en la obra. Ello es así porque los derechos de los intérpretes que intervienen en una obra están reglados por el marco del contrato que han celebrado con el productor, en el caso la cesión del uso de imagen por el plazo de un año y, el posterior derecho que tiene por la reproducción del spot publicitario luego de dicho plazo, conforme lo previsto en el artículo 15 del convenio colectivo Nº 102/90. A su vez, la posterior reproducción con fines comerciales de la obra más allá del contrato celebrado, encuentra su amparo en lo que el artículo 12 de la Convención de Roma define como ¿utilización secundaria?. Por todo lo expuesto, del juego armónico de las disposiciones del Convenio Colectivo de Trabajo Nº 102/90 y de los artículos 31 y 56 de la ley de propiedad intelectual, no encuentro fundamento normativo alguno que impida al titular de una obra intelectual su modificación, que en el caso implicó la supresión de la interpretación realizada por Brauntein en el corto publicitario. A su vez, tampoco se encuentra configurado en la especie el supuesto de ¿renovación? contemplado en el artículo 15 del C.C.T Nº 102/90, en tanto que dicha norma prevé el derecho pecuniario que le asiste al actor por la extensión del uso de su imagen luego de vencido el plazo por el que se celebró la cesión original. Por ello, tampoco nos encontramos ante el supuesto de ¿utilización secundaria? que le otorga al intérprete el derecho al cobro de los derechos patrimoniales por su interpretación. Por todo lo expuesto, propongo confirmar el fallo de grado en cuanto rechaza la acción impetrada en todas sus partes. VI.- La codemandada Procter & Gamble Interamericas LLC cuestiona el modo de imposición de las costas respecto de la acción contra ella dirigida. A su vez, dicha codemandada apela los honorarios regulados a la representación letrada de la actora y los del perito contador por reputarlos elevados. En cuanto a las costas por la acción dirigida contra Procter & Gamble Interamericas LLC considero que asiste razón a la recurrente. Digo ello porque no encuentro fundamento para apartarme del principio general del vencimiento previsto en el artículo 68 del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación en tanto que, amén de la absoluta orfandad expositiva del escrito inicial respecto del sustento de la acción dirigida contra dicha codemandada, ningún elemento de prueba fue acompañado a la causa que acredite la participación de esta en el corto publicitario en el que intervino la actora en el año 2.010 (v. en idéntico sentido lo expuesto en el considerando VII de la S.D Nº 97907). En consecuencia, propongo imponer las costas de primera instancia por la acción dirigida contra Procter & Gamble Interamericas LLC a cargo de la parte actora. En cuanto a los honorarios regulados a la representación letrada de la actora y los del perito contador, en atención al resultado del pleito, a la calidad y extensión de las tareas desempeñadas y a lo dispuesto en el art. 38 de la ley 18.345, arts. 6, 7, 8, 9 y conc. de la ley 21.839, art. 3º del decreto 16.638/57 y demás normas arancelarias vigentes, estimo que dichos estipendios lucen equitativos por lo que propongo su confirmación. De conformidad con el resultado de los recursos impetrados, propicio imponer las costas de alzada a cargo de la actora vencida (art. 68 CPCCN) y regular los honorarios de los profesionales intervinientes en el 25% de lo que les corresponde percibir por su actuación en la instancia anterior. En síntesis, de prosperar mi voto correspondería: 1) Confirmar el fallo de grado en cuanto fue materia de agravio con excepción de que las costas de primera instancia por la acción dirigida contra Procter & Gamble Interamericas LLC se imponen a la parte actora. 2) Imponer las costas de alzada a cargo de la parte actora. 3) Regular los honorarios de los profesionales intervinientes en el 25% de lo que les corresponde percibir por su actuación en la instancia anterior. La doctora Beatriz I. Fontana dijo: Analizadas las constancias de autos, adelanto que voy a disentir respetuosamente con la propuesta de mi distinguido colega

preopinante. La actora inició demanda procurando el resarcimiento por los que considera derechos que le asistían por la segunda renovación de una filmación publicitaria en la que participó como co protagonista. Manifestó que, disconforme con la retribución ofertada por la demandada, se negó a autorizar dicha renovación, y que sin perjuicio de ello, la demandada siguió utilizando el cuerpo y espacio ocupado por la accionante en la publicidad original, suplantando la cara por la de otra actriz de la misma filmación.

El reclamo mereció el rechazo de las demandadas a tenor de sus contestaciones de fs. 31/35 y fs.40/66. En su responde la co demandada Procter & Gamble Interamericas LLC Sucursal Argentina opuso excepción de falta de legitimación pasiva, y negó toda vinculación con Palermo Films S.A. Por su parte Palermo Films S.A. dijo ser una empresa dedicada a la producción de comerciales publicitarios, y reconoció que a instancias de Procter & Gamble en carácter de Anunciante, celebró los contratos con los actores y actrices para el film publicitario denominado "Circle" para el producto Oral B. Reconoció la participación de la actora en el film publicitario, e hizo alusión a las vicisitudes correspondientes a la primera renovación de dicho contrato con la aquí accionante, hechos que no son parte de esta litis. Palermo Films S.A. afirmó que en el año 2012 la Agencia Publicis se contactó para manifestarle la intención del Anunciante Procter & Gamble de renovar los derechos de imagen de los actores para seguir exhibiendo el film publicitario por 12 meses adicionales en los lugares que indica. Señala Palermo Films SA que consiguió la conformidad de 43 de los 44 actores, pero que la Sta. Tamara Iliana Braunstein, actora en autos, se negó a prestar su conformidad por no estar de acuerdo con los montos ofrecidos a ese efecto, lo que procedió a comunicar a la Agencia Publicis. Sostuvo Palermo Films S.A. en su responde que dicha Agencia les informó que Procter & Gamble había dado precisas instrucciones de llevar a cabo las extensiones de los derechos de imagen con los 43 actores que habían aceptado la propuesta económica, y que si la Srta. Braunstein no estaba dispuesta a acordar en términos razonables, sería excluida de la edición del comercial a exhibir en Hong Kong, Taiwan y Estados Unidos (ver fs. 56vta. in fine/57). Continúa manifestando la co demandada que "...En este caso, simplemente el Anunciante hizo uso de su derecho de no aceptar las condiciones solicitadas por la Srta. Braunstein, por considerarlas exorbitantes, y consecuentemente, se abstuvo de utilizar su imagen en la edición final del comercial publicitario que se difundía en Hong Kong, Taiwan y Estados Unidos. En otras palabras, Tamara Braunstein es libre de pedir la suma que ella quiera por consentir el uso de su imagen en el comercial publicitario, y el Anunciante es libre de decidir si usa o no dicha imagen bajo tales condiciones? (fs. 57). Es decir que la defensa de la co demandada radica en señalar que según lo decidido por Procter & Gamble la imagen de la actora fue excluida de la nueva edición del film publicitario y que por ello no corresponde hacer lugar al reclamo del inicio. La sentencia de primera instancia rechazó la demanda por considerar que, de acuerdo con la aplicación analógica del contrato por equipos, en el caso el rostro de una nueva actriz reemplazó al de la actora y en consecuencia concluyó que no hubo exhibición indebida de imagen en tanto Braunstein no exhibía su cuerpo que solo aparece envuelto en un mameluco blanco que la cubre íntegramente, filmado desde la altura. Esa decisión suscita el agravio de la parte actora, y como ya adelanté, en mi opinión le asiste razón. Ante todo creo necesario dejar en claro que en modo alguno puede resolverse el conflicto planteado aplicando la normativa correspondiente a un contrato de trabajo por equipos, en tanto existe una regulación específica para el caso. Por otro lado, considero necesario aclarar que la posibilidad de utilizar o no la imagen corporal de una persona no está condicionada por el hecho de que la misma esté cubierta o descubierta, como parece surgir del fallo en crisis, sino por el solo hecho de ¿ser el cuerpo de una determinada persona?. También es preciso aclarar que contrariamente a lo que surge de los considerandos de la sentencia, en el presente caso estamos ante un film publicitario en el que los protagonistas ponen en juego sus cuerpos y sus rostros, ya que con ellos se pretende simular el movimiento de las cerdas de un cepillo dental, por lo que deben llevar a cabo una coreografía (ver al respecto testimoniales de Demian Cosentino fs. 211 propuesto por Palermo Films S.A.; y Horacio Rovito fs. 163, y Maria Laura Mesigos fs. 184, propuestos por la parte actora). Ahora bien, de los correos electrónicos aportados por la co demandada Palermo Films S.A. en su responde, con traducción oficial, documental que hace prueba respecto de la accionada, se desprende comprobado que lo decidido fue ¿reemplazar el rostro de Tamara?, situación que según surge de dicho intercambio requería ¿asegurarse de usar un rostro que corresponda al mismo rol, un co-protagonista? (ver documental en sobre de fs. 41). Lo expuesto corrobora la prueba aportada por la parte actora mediante escritura pública que certifica las imágenes impresas que lucen a fs. 45, 48, 50 y 51 del sobre Anexo E 647 que corre por cuerda, las que permiten constatar el reemplazo del rostro de la actora, implantando el de una co protagonista sobre la imagen del cuerpo de la accionante. En ese marco, en mi opinión, y retomando las enfáticas palabras de la co demandada Palermo Films S.A. a fs. 57 de su responde, mientras la actora obró conforme a su derecho al negarse a consentir el uso de su ¿imagen? por la retribución oportunamente ofertada por las demandadas, estas últimas no obraron conforme a derecho, en tanto continuaron utilizando la ¿imagen corporal? de la actora, y limitándose a reemplazar el rostro de la misma. Sin embargo, la imagen corporal a la que se le insertó el nuevo rostro es la que da forma a la coreografía utilizada para simular el movimiento de las cerdas de un cepillo dental, y en consecuencia, la demandada no tenía derecho a seguir utilizando la imagen corporal de la actora sin su consentimiento. Obviamente Procter & Gamble tenía derecho a no estar de acuerdo con las pretensiones de retribución

reclamadas por la actora, pero en ese caso debía entonces inhibirse de utilizar en modo alguno la imagen de esta última, y no proceder a seccionarla, como si su pretendido derecho de autor sobre el film publicitario le diera derecho a separar el cuerpo de una persona de su cabeza y rostro. Por lo expuesto, en mi opinión en este caso asiste razón a la parte actora y por ello voy a proponer revocar la sentencia y hacer lugar a la demanda. Con carácter previo corresponde que me expida sobre la defensa de prescripción opuesta por la co demandada la que propongo desestimar en tanto teniendo en cuenta la fecha en la que venció la primera renovación contractual -septiembre de 2012-, momento a partir del cuál se suscitó el conflicto entre las partes, teniendo en cuenta el intercambio cablegráfico acreditado y la presentación ante el SECLO, la demanda iniciada el 13 de mayo de 2013 no contiene en mi opinión rubros que pudieran estar alcanzados por el plazo previsto por el art. 256 LCT. De acuerdo con lo analizado en los considerandos precedentes, considero que corresponde en el caso tener por acreditado que la demandada continuó utilizando el film publicitario que incluía la imagen corporal de la actora después de vencido el plazo para la segunda renovación y estando reconocido que la interesada no brindó su consentimiento a ese efecto. En consecuencia, propongo hacer lugar al reclamo en concepto de segunda renovación con exclusividad por la suma de \$ 50.433,50, según lo detallado por el perito contador a fs. 239. La co demandada Palermo Films S.A. cuestiona las sumas reclamadas en concepto de punitorios con fundamento en las normas convencionales citadas en la demanda, pero tampoco en este caso considero que le asista razón. En efecto, el cuestionamiento intentado por la co demandada parte de una base equivocada, como es la de sumar la totalidad de los montos devengados por conceptos diferentes (moratorios, punitorios y cláusula penal), y calcular el porcentaje de dicho total sobre la suma reclamada. Ese razonamiento no es conducente ni eficiente para cuestionar el acuerdo celebrado por las partes colectivas, mediante el cuál a través de normas diferenciadas, se determinaron los porcentajes a devengar por razones igualmente diversas. Efectivamente, el art. XII del acuerdo complementario prevé los intereses moratorios adeudados en caso de incumplimiento del pago de las obligaciones convencionales, diferenciando el interés diario aplicable durante los primeros quince días, y el que corresponde a partir del día 16 de mora, fijando este último en \$50.- diarios. Por el contrario, la cláusula penal que dispone el pago del 30% del valor del derecho y está previsto en el caso de que, como en el sub examine, se haga uso comercial del film publicitario una vez vencido el plazo pactado originalmente. Siendo ello así, y dado que se trata de intereses y cláusula penal pactados por las partes colectivas que suscribieron el convenio colectivo aplicable al caso, no advierto que existan razones que justifiquen apartarse de las normas invocadas en la demanda. Por ello voy a proponer adicionar al monto de condena la suma de \$ 15.130,08 en concepto de punitorios (30% art. XVI del acuerdo complementario), y la suma de \$ 23.451,62 en concepto de intereses por mora primeros 15 días (Art. XII acuerdo complementario). A todo ello, el perito contador en la ocasión prevista por el art. 132 L.O. deberá adicionar la suma que corresponda por la aplicación del interés diario a devengarse a partir del día 16 de mora en adelante y hasta el efectivo pago conforme Art. XII del Acuerdo 1534-2011-A que modifica el CCT N° 102/90. Teniendo en cuenta los aspectos que fueron contemplados a través de las normas analizadas, considero que no corresponde hacer lugar al reclamo por daños y perjuicios. En ese sentido, en mi opinión tanto lo estipulado en el convenio colectivo de trabajo respecto de la retribución devengada en concepto de segunda renovación, como los intereses aplicables por la falta de pago en tiempo oportuno y sobre todo la cláusula penal a la que he hecho referencia en párrafos precedentes, constituyen una adecuada reparación de los perjuicios ocasionados a la actora por la utilización del film publicitario que incluía su imagen corporal, una vez vencido el plazo pactado y ante la expresa negativa de la actora a brindar su consentimiento. En este estado corresponde que me expida respecto de la responsabilidad que corresponde atribuir a las co demandadas en autos. Teniendo en cuenta que está reconocido por Palermo Films S.A. que fue quien contrató a la actora, e incluso documentado el pago que efectuara respecto del contrato original celebrado, no cabe duda que le asiste responsabilidad en su carácter de empleadora. En el caso de Procter & Gamble Interamericas, LLC Sucursal Argentina, considero que debe ser responsabilizada solidariamente en tanto del relato del responde de Palermo Films S.A. y de la prueba documental (correos electrónicos con traducción oficial) agregados en autos, se desprende que fue dicha co demandada quien decidió la utilización del film publicitario una vez vencido el plazo pactado, y quien aprobó el reemplazo del rostro de la actora por el de otra co protagonista. Siendo ello así, y en tanto era quien se beneficiaba con la utilización del film publicitario en cuestión, considero que corresponde hacer lugar a la demanda también a su respecto. Por lo expuesto y de prosperar mi voto, propongo entonces revocar la sentencia apelada, y hacer lugar a la demanda condenando a PALERMO FILMS S.A. y a PROCTER & GAMBLE INTERAMERICAS LLC SUCURSAL ARGENTINA, en forma solidaria, a abonar a la actora la suma de \$ 89.015,20 a la que se le deberán adicionar los intereses diarios que deberá calcular el perito contador en la etapa del art. 132 L.O. conforme cláusula XII del Acuerdo complementario del CCT N° 102/90 según lo explicitado en el considerando correspondiente. El nuevo resultado del juicio que propongo me inclina a dejar sin efecto lo decidido sobre costas y honorarios siendo necesario un nuevo pronunciamiento (conf. art. 279 CPCCN), por lo que devienen de tratamiento abstracto los recursos deducidos al respecto. Atento la conclusión arribada considero que las costas del juicio deben ser soportadas en ambas instancias por la parte demandada vencida en lo

sustancial del reclamo (conf. art. 68 CPCCN). A ese efecto, por las tareas cumplidas en primera instancia propongo regular los honorarios de la representación y patrocinio letrado de la parte actora, los de la co demandada Palermo Films S.A., los de la co demandada Procter & Gamble Interamericas LLC Sucursal Argentina, y los del perito contador, en el 16%, 12%, 11% y 7%, respectivamente, del monto total de capital e intereses de condena (conf. Ley 21.839, Dec. Ley 16.638/57 y art. 38 L.O.). Asimismo, propongo fijar los honorarios de los letrados que intervinieron en la alzada en el 25% de lo que les fue regulado por su labor en la etapa anterior. Como consecuencia de lo expuesto, concretamente propongo: 1) Revocar la sentencia apelada, y hacer lugar a la demanda condenando a PALERMO FILMS S.A. y a PROCTER & GAMBLE INTERAMERICAS LLC SUCURSAL ARGENTINA, en forma solidaria, a abonar a la actora dentro del quinto día de notificadas y mediante depósito judicial en autos, la suma de \$ 89.015,20 (Pesos ochenta y nueve mil quince con 20/100), a la que se le deberán adicionar los intereses diarios que deberá calcular el perito contador en la etapa del art. 132 L.O. conforme cláusula XII del Acuerdo complementario del CCT N° 102/90 según lo explicitado en el considerando correspondiente. 2) Imponer las costas del juicio en ambas instancias a las demandadas. 3) Regular los honorarios de la representación y patrocinio letrado de la parte actora, los de la co demandada Palermo Films S.A., los de la co demandada Procter & Gamble Interamericas LLC Sucursal Argentina, y los del perito contador, en el 16%, 12%, 11% y 7%, respectivamente, del monto total de capital e intereses de condena, por lo actuado en primera instancia. 4) Fijar los honorarios de los letrados que intervinieron en la alzada en el 25% de lo regulado por su labor en la etapa anterior. La doctora Silvia E. Pinto Varela dijo: Corresponde que me expida en tercer término ante las divergencias existentes en el voto de mis colegas. La cuestión gira en torno a determinar si le asiste razón a la actora de efectuar el reclamo por deuda salarial, frente a la conducta asumida por las demandadas ante la falta de acuerdo respecto de la renovación del contrato de publicidad. Ante todo observo que no está discutido en autos que la empresa, ante la falta de acuerdo con la actriz, sólo ?eliminó? la cara de la accionante del film publicitario; asimismo he visto dicho film por Internet y he podido observar que los cuerpos de los ?dientes? (entre ellos el de la actora) tienen que efectuar movimientos y una suerte de coreografía que impide soslayar su relevancia en dicha publicidad. Así las cosas, comparto lo expresado por la Dra. Fontana en cuanto señala que la imagen de la actora se vio seccionada pero no por eso dejó de estar en la publicidad, lo que la lleva a admitir el reclamo de autos. Por las razones expresadas por mi colega preopinante he de adherir al voto de la Dra. Fontana. Por ello, por mayoría, el Tribunal RESUELVE: 1) Revocar la sentencia apelada, y hacer lugar a la demanda condenando a PALERMO FILMS S.A. y a PROCTER & GAMBLE INTERAMERICAS LLC SUCURSAL ARGENTINA, en forma solidaria, a abonar a la actora dentro del quinto día de notificadas y mediante depósito judicial en autos, la suma de \$ 89.015,20 (Pesos ochenta y nueve mil quince con 20/100), a la que se le deberán adicionar los intereses diarios que deberá calcular el perito contador en la etapa del art. 132 L.O. conforme cláusula XII del Acuerdo complementario del CCT N° 102/90 según lo explicitado en el considerando correspondiente. 2) Imponer las costas del juicio en ambas instancias a las demandadas. 3) Regular los honorarios de la representación y patrocinio letrado de la parte actora, los de la co demandada Palermo Films S.A., los de la co demandada Procter & Gamble Interamericas LLC Sucursal Argentina, y los del perito contador, en el 16%, 12%, 11% y 7%, respectivamente, del monto total de capital e intereses de condena, por lo actuado en primera instancia. 4) Fijar los honorarios de los letrados que intervinieron en la alzada en el 25% de lo regulado por su labor en la etapa anterior. Cópiese, regístrese, notifíquese, y oportunamente devuélvase. SILVIA E. PINTO VARELA Juez de Cámara HÉCTOR C. GUISADO Juez de Cámara BEATRIZ INÉS FONTANA Juez de Cámara ANTE MÍ: LEONARDO G. BLOISE Secretario Correlaciones: T., J. C. c/Boehringer Ingelheim Argentina SA y otros s/daños y perjuicios - Cám. Nac. Trab. - Sala VII - 30/06/2014 - Cita digital IUSJU219552D 016829E