

Medida Cautelar Publicidad Local De Comidas Rápidas Discriminación

JURISPRUDENCIA

Medida cautelar. Publicidad. Local de comidas rápidas.

Discriminación Se hace lugar a la medida cautelar peticionada ?inaudita parte? y se ordena a una famosa cadena de comidas rápidas -hamburguesería- que suspenda la campaña publicitaria por la que promueve la compra mediante el sistema 2x1 en un combo cuando el comprador sea una ?persona colorada?, toda vez que el aspecto sustancial de la petición efectuada aparece vinculado al legítimo derecho del actor a evitar toda forma de discriminación por sus características físicas.

Buenos Aires, 4 de octubre de 2018.- JS Por presentado, parte y por constituido el domicilio. Tiénese presente la conformidad prestada. **MEDIDA CAUTELAR:** I.- A fs. 5/13, se presenta el Dr. Matías Daniel Arregger, por su propio derecho, y solicita que se decrete ?inaudita parte? una medida cautelar por la cual se disponga la suspensión de la campaña ?Colorados?, realizada por Burger King, tanto en medios gráficos como audiovisuales de todo tipo, y cualquiera sea la vía o el método elegido para su difusión, divulgación, publicación y/o exteriorización pública, con el alcance territorial que corresponda. Relata que, desde el día 7 de septiembre de 2018, la cadena Burger King viene desarrollando una campaña publicitaria por la que promueve la compra mediante el sistema 2x1 en un combo whooper, cuando el comprador sea una ?persona colorada?. Considera que tal campaña y promoción, sostenida en el carácter físico de determinadas personas, es asociada en forma absolutamente arbitraria y deliberada a consecuencias o valores altamente negativos, siendo su punto de partida señalar que las ?personas coloradas? traen mala suerte. Destaca que resulta evidente la afrenta, lesión y menoscabo que genera esta publicidad para con derechos personales constitucionales y convencionalmente consagrados. II.- Cabe recordar, ante todo, que el fundamento de la medida cautelar prevista por el art. 232 del CPCC radica en que el legislador no puede prever todas las situaciones de las cuales pueda resultar viable, como un anticipo de la garantía jurisdiccional, el acogimiento de una medida cautelar específica. De allí que se estableciera que, fuera de los casos expresamente previstos, el órgano jurisdiccional tiene poderes suficientes para decretar, a pedido de los interesados y de acuerdo con las circunstancias, la medida más idónea para asegurar provisoriamente el derecho invocado (Mabel Alicia De los Santos, La medida cautelar genérica o innominada, en Tratado de las medidas cautelares coordinado por Jorge W. Peyrano, Ed. Jurídica Panamericana SRL, 1997, pág. 151). Los requisitos para la procedencia de una cautelar, en los términos del art. 232 del CPCC, son: que el caso no se encuentre contemplado entre las distintas previsiones precautorias específicas, que el interesado justifique sumariamente la causa fundada que lo legitima para temer, en forma objetiva, que durante el tiempo anterior al reconocimiento judicial de su derecho, éste pudiese sufrir un perjuicio inminente o irreparable (verosimilitud del derecho y peligro en la demora) y -para preservar la igualdad entre las partes- la prestación de una contracautela apta (Mabel Alicia De los Santos, op. cit., pág. 151 y ss.). Lo que aquí pretende el actor, de acuerdo a lo expuesto en el escrito de inicio, es que se protejan sus derechos humanos básicos, particularmente la dignidad, el honor y la igualdad (sin discriminación) mediante la prohibición y el cese de difusión de la campaña publicitaria que ofende su autoestima y su reputación frente a terceros. Cuadra señalar que la verosimilitud del derecho se acredita con el contenido de la documentación aportada, que avala los hechos expuestos en la demanda (ver, especialmente, documento de fs. 1). Por su parte, el art. 81 de la ley 26.522, que regula la emisión de publicidad, establece en su inciso i, que los avisos publicitarios no importarán discriminaciones de raza, etnia, género, orientación sexual, ideológicos, socio económicos o nacionalidad, entre otros, no menoscabarán la dignidad humana, no ofenderán convicciones morales o religiosas, no inducirán a comportamientos perjudiciales para el ambiente o la salud física y moral de los niños, niñas y adolescentes. En el caso, el contenido de la publicidad aludida resulta contrario a la previsión contenida en la norma, en tanto basa la promoción ofrecida en las características físicas de las personas y la vincula a situaciones de burla que tornan razonable la afectación mencionada en el escrito de inicio. En cuanto al peligro en la demora, normalmente entendido como el peligro de daño derivado del retardo que necesariamente conlleva el reconocimiento judicial de un derecho en la sentencia, se ve configurado en la especie por el deterioro de la imagen personal ante terceros, que puede configurarse por el mantenimiento de la campaña publicitaria en cuestión. En tales condiciones, toda vez que el aspecto sustancial de la petición efectuada aparece vinculado al legítimo derecho del actor a evitar toda forma de discriminación, corresponde admitir la pretensión cautelar. En consecuencia, previa caución juratoria que deberá prestar el actor ante la Actuaría, líbrese oficio a FAST FOOD SUDAMERICANA S.A. a diligenciarse con habilitación y días inhábiles, a fin de que en forma inmediata, proceda a suspender la campaña ?Colorados?, realizada por Burger King, tanto en medios gráficos como audiovisuales de todo tipo, y cualquiera sea la vía o el método elegido para su difusión, divulgación, publicación y/o exteriorización pública en todo el territorio nacional. **ASI RESUELVO.** Regístrese y notifíquese. **JOSÉ LUIS CASSINERIO** JUEZ Correlaciones: **K. M. A. c/GCBA y otros s/amparo - Juzg. Cont. Adm. y**

Trib. Nº 15 - 08/04/2015 - Cita digital IUSJU000970E

032168E