

Recurso De Inconstitucionalidad Aplicacion Restrictiva Improcedencia Defensa Del Consumidor Deber De Informacion

DOMINGO, 10 DE ENERO DE 2021

JURISPRUDENCIA

Recurso de inconstitucionalidad. Aplicación restrictiva. Improcedencia. Defensa del consumidor. Deber de información

Se rechaza por improcedente, en virtud de su aplicación restrictiva, el recurso de inconstitucionalidad planteado, confirmándose el decisorio de Cámara que rechazaba la demanda por violación a la ley de defensa del consumidor.

San Salvador de Jujuy, República Argentina, a los nueve días del mes de marzo del año dos mil diecisiete, la Sala I -Civil y Comercial y de Familia- del Superior Tribunal de Justicia de la Provincia de Jujuy, integrada por los Dres. Sergio Marcelo Jenefes, Beatriz Elizabeth Altamirano y Clara Aurora De Langhe de Falcone, bajo la presidencia del nombrado en primer término, vieron el Expte. N° CF-12.826/16, caratulado: ?Recurso de Inconstitucionalidad interpuesto en el Expte. C-054.829/2015 (Cámara en lo Civil y Comercial -Sala II- Vocalía 6) Acción emergente de la ley de Defensa del consumidor: Diez Yarade, Oscar Matías c/ Tarjeta Naranja S.A. y Jeiji Jorge Eduardo?. El Dr. Jenefes dijo: La Sala Segunda de la Cámara Civil y Comercial, en sentencia de fecha 14 de julio del 2016, resolvió rechazar la acción emergente de la Ley del Consumidor promovida por Matías Diez Yarade en contra de Tarjeta Naranja S.A. y Jorge Eduardo Jeiji. Impuso las costas por el orden causado y reguló honorarios profesionales. Para así resolver consideró, que estaba reconocido el contrato de compraventa entre Oscar Matías Diez Yarade y Jorge Eduardo Jeiji, en su carácter de propietario del nombre de fantasía de Venex Computación, consistente en la compra de una computadora Notebook Compaq 21 I34GB/1TR W8 Office 21 por la suma de \$ 15.399, según la publicidad de Tienda Naranja, en 25 cuotas sin interés, como así también que, el actor el 2/06/15 pagó ese precio en dichas cuotas sin interés, que lo hizo a través del uso de Tarjeta Naranja, conforme documental adjuntada. En cuanto a los reclamos concretos valoró, que con las pruebas aportadas, la actora no logró acreditar la violación al deber de información, publicidad engañosa, violación a las Leyes de Lealtad Comercial y de Tarjetas de Crédito. Entendió la Sala sentenciante que el actor, al tomar conocimiento de la oferta, decidió libremente aceptarla y contratar con el proveedor, con las condiciones de la venta, el medio de pago y la forma de pago ofrecida. Asimismo que las partes manifestaron su consentimiento -al celebrar el contrato- libre y suficiente para reglar sus derechos, no existiendo al momento de la contratación discrepancias entre ellas, logrando la integración de la oferta y la demanda. Los términos contractuales fueron claros, por ello, consideró que la operación que se concretó fue válida y capaz de producir todos sus efectos. A continuación la Sala sentenciante ponderó que la publicidad brindada por Tarjeta Naranja fue veraz, detallada, suficiente y eficaz, como bien lo reconoció el actor, cuando describió la oferta recibida. Lo mismo sostuvo del codemandado Sr. Jorge Eduardo Jeiji, quien al ofertar brindó una información adecuada tomando el actor efectivo conocimiento en cuanto a las características del producto, condiciones de venta y forma de adquisición. Por otra parte el Tribunal a quo tuvo en cuenta la calidad de abogado del adquirente, lo que implicó un conocimiento diferenciado del sentido y alcance de la forma en que se opera a través de Internet y mediante el sistema de Tarjeta de Crédito por lo que, no puede desconocer lo que concretó mediante su libre voluntad. Advirtió la inexistencia de publicidad engañosa pues de la prueba incorporada no se insinúa ardid, engaño o connivencia entre las codemandadas ni que se pretendiera inducir a error a los futuros clientes. En cuanto al incumplimiento de la ley de tarjetas de créditos por ofertar precios distintos según sea la compra de contado o mediante tarjeta de crédito, no logró desvirtuar los dichos de la codemandada cuando sostuvo, que los precios variaban según el canal de comercialización y que, el precio de contado o en 25 cuotas era el mismo si se usaba como medio de pago la tarjeta respectiva. Seguidamente la Sala sentenciante dijo, que el cuestionamiento al cobro de seguro -de dudosa procedencia en la presente acción- por parte de la tarjeta de crédito era infundado por cuanto jamás se hizo reclamo alguno ni se hizo uso de la opción que oportunamente se le informó, diciendo que al seguro de vida e invalidez total permanente se accede automáticamente al efectuar compras en cuotas y que el mismo resulta opcional, a partir del 1 de noviembre del 2015, pudiendo, de resultar conveniente solicitar la baja sin costo alguno, no quedando cubiertas las operaciones realizadas ante el fallecimiento o invalidez total permanente del titular de la cuenta. Por último entendió improcedente el reclamo por incumplimiento de la ley de Lealtad Comercial por cuanto, no hubo violación a los arts. 5 y 18 pues, el actor debió dirigir sus reclamos a la Secretaría de Comercio o el organismo que lo reemplaza por infringir las disposiciones de la ley y activar el procedimiento que la misma prevé. En contra de este pronunciamiento, el Dr. Oscar Matías Diez Yarade, por sus propios derechos, con patrocinio letrado del Dr. Esteban Velo interpone recurso de inconstitucionalidad por sentencia arbitraria. Sostiene que la sentencia es arbitraria por cuanto deviene en una clara violación al principio de congruencia, en contraposición al objeto del proceso y a la prueba obrante en el expediente, la ley de defensa del consumidor y todo el ordenamiento jurídico. Asimismo que afecta la garantía de la intangibilidad

patrimonial de su parte. Se agravia por violación a la libertad de contratar, destacando que sufrió un perjuicio económico, pues si hubiera conocido el valor real del bien a precio de contado, no lo habría adquirido. Agrega que por la escasa información brindada a su parte no conoció la realidad de la operación financiera, en rigor de verdad la computadora costaba \$10.000 con un interés del 30% anual, encontrándose totalmente coartada la libertad de contratar. Refiere que conforme el art. 4 de la ley 24.240 la finalidad de la norma tiende a que se brinde al consumidor todo el conocimiento necesario para que su elección no se encuentre viciada de error, manifestándose las virtudes y potenciales defectos del producto o servicio ofrecido con relación a otros de similares características. Agrega que pesa sobre el proveedor la prueba de que efectivamente cumplimentó acabadamente el deber de informar. Se agravia por la publicidad engañosa por cuanto si la información hubiera sido completa, no habría adquirido el bien, pues el mail indujo al consumidor a un error. Agrega que las accionadas tenían derecho a fijar el precio pero no a sostener que el precio de contado es igual al financiado, aumentando éste con los intereses que trae aparejada dicha financiación. Que se indujo a error al consumidor haciéndole creer que adquiriría un bien en cuotas a idéntico precio que de contado cuando, a la luz de la prueba acompañada, no fue así. Sostiene que la sala sentenciante erróneamente se declaró incompetente para evaluar la ley de lealtad comercial. Se agravia por la consideración personal del actor puesto que la violación al deber de información es formal y objetivo, por lo que en nada infiere la cualidad personal del actor de ser abogado. Máxime cuando recibió el mail con la publicidad en carácter de usuario de la tarjeta y potencial consumidor de bienes. Por último mantiene el caso federal. Sustanciado el recurso, a fs. 38/41 vta. de autos el Dr. Carlos Aguiar en representación de Tarjeta Naranja S.A. lo contesta, solicitando su rechazo por los fundamentos que esgrime y a los que me remito en honor a la brevedad. De igual manera a fs. 47/51 de autos contesta el recurso el Dr. Luciano Gustavo Andriani en representación del Sr. Jorge Eduardo Jeiji. Integrado el Tribunal, habiendo dictaminado el Sr. Fiscal General, la causa se encuentra en estado de ser resuelta. Realizado el análisis de la causa traída a mi conocimiento, me adelanto en expresar, que comparto los fundamentos vertidos por el Ministerio Público Fiscal en su dictamen, concluyendo que debe rechazarse el recurso de inconstitucionalidad deducido. Con relación a la excepcionalidad del recurso de inconstitucionalidad que -precisamente- impone una aplicación de él en extremo restrictiva, hemos sostenido que el vicio de la arbitrariedad, que alcance para descalificar el fallo, debe ser grave y tiene que probarse, y no cabe respecto de sentencias meramente erróneas o que contengan una equivocación cualquiera, si no padecen de omisiones y desaciertos de gravedad extrema, que lo descalifiquen como acto judicial (L.A. N° 38, F° 1390/1393, N° 534), lo que no advierto en el caso. Por lo demás, los fundamentos expresados por el tribunal a-quo respecto a las cuestiones debatidas, no sólo resultan suficientes para sustentar sus conclusiones sino que no han sido adecuadamente controvertidas por el recurrente, quien se limita a exteriorizar las discrepancias que los mismos le provocan. Asimismo advierto que el rechazo de la demanda se basa exclusivamente en la ponderación de los hechos y pruebas y en la interpretación de normas de derecho común, actividades que -por su naturaleza- son privativas de los jueces de la causa y ajenas, en principio, al recurso extraordinario tentado. En cuanto al recurso deducido diré que el recurrente formula los mismos argumentos que los invocados en la instancia anterior, sin impugnar punto por punto y de manera clara la fundamentación del juzgador, reabriendo el debate con argumentaciones técnicamente insuficientes para lograr acreditar supuestos daños en el caso concreto, los que fueron correctamente rechazados por los jueces de la instancia anterior. Concretando el estudio del caso resulta que el consumidor pretendió al demandar reducir el importe del crédito concedido, el reintegro proporcional de los seguros de vida sobre el saldo deudor ya pagado, daño moral, punitivo y gastos. Al señalar los antecedentes de la causa el actor refirió que oportunamente recibió un correo electrónico en el cual se le ofrecían diversas ofertas de financiación en Tienda Naranja, por medio de la cual los clientes podían ingresar a opciones de financiación de hasta 25 cuotas sin interés, en la adquisición de ciertos productos. Así el actor en fecha 1 de junio del 2015 adquirió por medio de Tienda Naranja, una computadora en Venex computación, por la suma de \$15.399 en 25 cuotas sin interés. Al ingresar días más tarde a la página de Internet de Venex Computación, vio que la computadora adquirida costaba \$9.999,99 de contado. Por ello se agravia sosteniendo, que se afectó su libertad de contratar, que la publicidad fue engañosa lo que lo indujo a error y finalmente que se violó la ley de lealtad comercial. Cabe recordar que la defensa del consumidor adquirió el rango de un derecho fundamental al ser reconocido por el art. 42 de la Constitución Nacional. Asimismo el deber de información previsto en el art. 4 de la Ley 24.240 configura un instrumento de tutela del consentimiento, pues otorga a los consumidores la posibilidad de reflexionar adecuadamente al momento de la celebración del contrato. Que no se observa que se haya afectado la libertad de contratación del consumidor puesto que, no estaba obligado a aceptar la oferta ofrecida la que además reunía los elementos sustanciales del contrato. Más aún pudo, por sus propios medios constatar, si el precio y modalidad de pago ofrecidos, le convenían, realizando las comparaciones correspondientes. Asimismo no se violó el deber de información puesto que la brindada resultó cierta, adecuada, veraz, detallada y suficiente. Se suministraron datos necesarios y relevante para formalizar el contrato. Por lo demás el deber de informar que se omite tiene relevancia causal cuando su incumplimiento impide conocer, lo que no ocurre si el hecho es ampliamente conocido o lo es con una simple diligencia media (Cfr. Jorge Mosset Iturraspe-Javier H.

Wajntraub, Ley de Defensa del Consumidor, Ley 24.240, Ed. Rubinzal-Culzoni, Pág. 73). En el caso con una simple diligencia el consumidor pudo efectuar una comparación de precios del producto ofrecido y así determinar si la compra de contado le resultaba más conveniente. Tampoco se advierte publicidad engañosa puesto que el contrato se concretó conforme el producto y modalidad ofrecida. Así resulta que se ofreció un precio \$ 15.399 en una cuota o en 25 cuotas, sin adicionarse interés y de esa manera se concretó la operación. Asimismo al interpretar el contrato debe evaluarse la publicidad ofrecida puesto que también lo integra y resulta vinculante para el empresario, la que se mostró veraz y completa. Así se dijo "Publicidad engañosa es la que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico o perjudicial o ser capaz de perjudicar a un competidor. Es posible que se configure casos de publicidad engañosa por omisión cuando se silencien datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca a error de los destinatarios" (Cfr. Jorge Mosset Iturraspe -Javier Wajntraub, Ley de Defensa del Consumidor, Ed. Rubinzal-Culzoni, Pág. 96). De lo señalado resulta que la interpretación que realizó el tribunal a quo es conforme a derecho y las constancias de la causa. Por otra parte conforme el art. 1198 del C.Civil los contratos deben celebrarse e interpretarse conforme el principio general de buena fe y lo que las partes entendieron o pudieron entender. Esta normativa se regula en el art. 961 del nuevo Código Civil y Comercial en el que se establece "Los contratos deben celebrarse, interpretarse y ejecutarse de buena fe. Obligan no sólo a lo que está formalmente expresado, sino a todas las consecuencias que puedan considerarse comprendidas en ellos, con los alcances en que razonablemente se habría obligado un contratante cuidadoso y previsor?". Por lo demás, más allá que el contrato de consumo se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, no se observa que el consumidor medio, sin considerar su calidad de abogado, haya sido inducido erróneamente a contratar. En definitiva la técnica de captación del consumidor no aparece engañosa ni contraria a lo convenido. En cuanto a la ley de lealtad comercial debo decir que integra junto a la ley 24.240 el sistema de protección del consumidor en tanto resulte aplicable a la relación de consumo. Por ello el art. 5 de la Ley 22.802 dispone "Queda prohibido consignar en la presentación, folletos, envases, etiquetas o envoltorios, palabras, frases, descripciones, marcas o cualquier otro signo que pueda inducir a error, engaño o confusión respecto de la naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla o cantidad de los frutos o productos, de sus propiedades, características, usos, condiciones de comercialización o técnicas de producción". En el caso no se acreditó que se haya llevado a confusión al consumidor -como lo señalé supra- por lo que no existe violación a la ley de lealtad comercial. De todo lo expuesto resulta que el Tribunal ad quem valoró razonablemente las constancias obrantes en la causa por lo que no corresponde descalificar el fallo recurrido. Por las razones aludidas corresponde rechazar el recurso de inconstitucionalidad deducido por el Dr. Oscar Matías Diez Yarade, por sus propios derechos, con patrocinio letrado del Dr. Esteban Velo. En cuanto a las costas de esta instancia se imponen al recurrente vencido (art. 102 del Código Procesal Civil). Asimismo corresponde regular los honorarios profesionales de los Dres. Esteban Velo, Carlos Aguiar y Luciano Gustavo Andriani por su actuación en la presente instancia extraordinaria, conforme Acordada 96/2016 de este Superior Tribunal de Justicia, en las sumas de \$1.870, \$3.500 y \$3.500 respectivamente, con más el impuesto al valor agregado en caso de corresponder. Las Dras. Altamirano y de Falcone adhieren al voto del Dr. Jenefes. Por ello, la Sala I -Civil y Comercial y de Familia- del Superior Tribunal de Justicia de la Provincia de Jujuy, Resuelve: 1º) Rechazar el recurso de inconstitucionalidad deducido por el Dr. Oscar Matías Diez Yarade por sus propios derechos con patrocinio letrado del Dr. Esteban Velo. 2º) Imponer las costas de esta instancia extraordinaria al recurrente vencido. 3º) Regular los honorarios profesionales de los Dres. Esteban Velo, Carlos Aguiar y Luciano Gustavo Andriani por su actuación en la presente instancia extraordinaria, en las sumas de \$1.870, \$3.500 y \$3.500 respectivamente, con más el impuesto al valor agregado en caso de corresponder. 4º) Registrar, dejar copia en autos y notificar por cédula. Firmado: Dr. Sergio Marcelo Jenefes; Dra. Beatriz Elizabeth Altamirano; Dra. Clara Aurora De Langhe de Falcone. Ante mí: Dra. Sara Estela Rosenblath - Secretaria Relatora. 027903E