

Comunicacion A Consumidores Publicacion De Avisos En Un Diario

JURISPRUDENCIA

Buenos Aires, 26 de agosto de 2020. Y VISTOS:

I. Apeló subsidiariamente la entidad accionada la decisión del 20.11.18 mediante la cual el Magistrado a quo ordenó publicar edictos por dos días en los diarios allí señalados, remitir un mail o nota a sus clientes y ex clientes y publicar un banner por 60 días en su página web, todo para publicitar la existencia del proceso y los efectos de la eventual sentencia que se dicte en autos. Sus agravios corren según foliatura digital 812/814. II. Los argumentos del dictamen fiscal de fecha 18.02.19 resultan suficientes para desestimar el recurso. Liminarmente se señala que el recurso de nulidad se encuentra subsumido en el de apelación, cuando como en el caso, la cuestión puede ser tratada a través del examen de los agravios introducidos por el apelante. En ese marco se analizará el recurso. El art. 54 -segundo párrafo- de la ley 24.240 establece que "La sentencia que haga lugar a la pretensión hará cosa juzgada para el demandado y para todos los consumidores o usuarios que se encuentren en similares condiciones, excepto de aquellos que manifiesten su voluntad en contrario previo a la sentencia en los términos y condiciones que el magistrado disponga".

Ello implica que, tal como lo resolvió el juez a quo, resulta necesario adoptar, de modo previo al dictado de la sentencia correspondiente, las medidas necesarias para que aquellos consumidores o usuarios que no deseen quedar sujetos a la decisión final del pleito, puedan manifestar tal voluntad en los términos de la norma mencionada supra. Desde esa perspectiva, no se advierte el daño a norma constitucional alguna, especialmente se considera que la cuestión se dirime a la luz de los preceptos establecidos por la ley 24.240 que postula como principio rector, que las interpretaciones deben realizarse en el sentido más favorable a los consumidores (arg. art. 37 ley citada). La universalidad que caracteriza a este tipo de comunidades accionantes, impone un control judicial mayor, pues importa la real aplicación de la pertinente ley cuya telésis radica en su protección como usuarios y componentes del mercado. Una actitud jurisdiccional diferente, tornaría ilusoria la aplicación de una norma creada para tutelar derechos de las partes más débiles en la contratación, por lo que cualquier defensa así perfilada, resulta improponible. Debe recordarse que, tal declaración constituye la ultima ratio del orden jurídico, a la que sólo cabe acudir ante la inexistencia de otro modo de salvaguardar algún derecho o garantía amparado por la Constitución Nacional (CSJN, in re "Bruno Hnos. SC y otro c. Administración Nacional de Aduanas s. Recurso de Apelación"; CNCom, Sala E, in re "La Uruguay Argentina Cía. de Seguros s. disolución y liquidación s. revisión por Baccaro Ricardo", del 08.09.04 entre otros). De tal modo, en el caso, no procede la declaración de inconstitucionalidad impetrada desde que, constituye la más delicada de las funciones susceptibles de encomendarse a un tribunal de justicia y sólo puede adoptarse cuando aquélla es evidente, lo que -como se dijo- no ocurre en el caso. Desde esa perspectiva, y considerando además que el art. 54 LDC, no prevé mecanismos específicos, corresponde a los Magistrados la implementación de la aludida publicidad, ergo se comparte el modo implementado en estas actuaciones. Como ya se señaló en este decisorio, nos encontramos en presencia de situaciones novedosas acaecidas a la luz de una ley que propugna la protección de un universo de justiciables. Ello convoca a los Tribunales a implementar medidas, según la naturaleza de los derechos en juego, en las que debe preponderar el respeto al orden público (arg. art. 12 Código Civil y Comercial T.O ley 26.994). Respecto de quién debe solventar el gasto de la publicación de los edictos, la decisión de primera instancia será mantenida. Ello, dado que no es posible obligar a un diario a prescindir del cobro por el servicio prestado ni tampoco median circunstancias de excepción que conduzcan a adoptar un temperamento diferente al del juez a quo (especialmente considerando que la asociación actora litiga con beneficio de justicia gratuita). Al respecto, no debe perderse de vista que la comunicación del proceso debe ser una medida dispuesta a favor de los consumidores y, por lo tanto, no puede constituir una barrera para litigar colectivamente; lo cual acontecería si se obliga a la actora a cargar esos costos. Ello así, en tanto en nuestro sistema legal, una de las formas más adecuada de cumplir con la comunicación a los consumidores es la publicación de avisos en un diario de amplia difusión (Martínez Medrano, Gabriel, "Procedimiento de acciones colectivas", LL 2011-F-95); mas siempre -claro está- atendiendo a las particulares circunstancias del caso y los concretos intereses involucrados. En esa orientación, no se advierte óbice para refrendar lo decidido por el Magistrado de grado. III. Se desestima la apelación subsidiaria de foliatura digital 816, con costas. IV. Notifíquese por Secretaría del Tribunal, conforme Ac. 31/11 y 38/13 CSJN, y a la Sra. Fiscal de Cámara mediante cédula electrónica. V. Cúmplase con la publicación a la Dirección de Comunicación Pública de la CSJN, según lo dispuesto en el art. 4 de la Ac. 15/13 CSJN y devuélvase digitalmente el expediente a la anterior instancia dejándose constancia que la presente resolución obra únicamente en soporte digital.

De corresponder, materialícese la devolución física de la causa una vez reanudadas las actividades judiciales en su totalidad.

VI. Firman las suscriptas por encontrarse vacante la vocalía nº 5 conf. Art. 109 RJN).

MATILDE E. BALLERINI

MARÍA L. GÓMEZ ALONSO DE DÍAZ CORDERO

002666F

