



PROCESOS COLECTIVOS DE CONSUMO: PUBLICIDAD, GASTOS Y REGISTRO

En fecha 30 de octubre de 2014 la Sala D de la Cámara Nacional en lo Comercial falló en los autos: “Asociación por la Defensa de Usuarios y Consumidores c/ Banco Santander Río S.A. s/ Ordinario” (expediente N° 29.369/2010) expidiéndose, entre otras cuestiones, sobre las diferentes modalidades de publicidad y notificación de la existencia de un proceso colectivo de consumo a los miembros del grupo.

La Cámara se pronunció aquí sobre cuatro puntos importantes, a saber:

- (i) Publicación de Edictos. Duración: Partiendo de lo establecido por el art.54, segundo párrafo de la ley 24.240 –respecto a que la sentencia que admite la pretensión hace cosa juzgada para el demandado y para todos los consumidores o usuarios que estén en similares condiciones, excepto aquellos que manifiesten su voluntad en contrario en forma previa, la Cámara -si bien confirmó la decisión de primera instancia- redujo a *dos* la cantidad de días en que debían ser publicados los edictos en la edición impresa de un diario de circulación masiva, con un tamaño de letra adecuado y fácilmente legible. (El magistrado de primera instancia había ordenado esta publicación durante *cinco* días).

Fundamentó la reducción de los días de publicación indicando que la comunicación es una medida dispuesta en favor de los consumidores, y que por lo tanto no puede constituir una barrera para litigar colectivamente, lo cual sucedería si se obligara a la parte actora a publicar edictos de un valor excesivamente oneroso.

- (ii) Costos de la Publicación: Entendió la Sala que es la Asociación actora quien debe soportar el costo de los edictos porque no es posible obligar a un diario a prescindir del cobro del servicio que presta. Y agregó que no advertía en el caso circunstancias de excepción que conduzcan a tomar un decisión diferente, señalando que el beneficio de justicia gratuita otorgado a la Asociación se limitó a la tasa de justicia.
- (iii) Publicación de Banner en Sitio Web: La Sala ordenó, como medida adicional -y considerando que el objeto de la demanda se dirigió a tutelar intereses de clientes y ex clientes del banco- complementar la publicidad edictal, mediante la publicación de un banner, preferentemente en la portada o “home” del sitio web del banco, en la parte superior derecha y con un tamaño destacable (no inferior a un cuarto de página), por el término de veinte días corridos. Entendió que esta tarea la debe realizar el banco, a su exclusiva costa.

(Si bien este tipo de publicación –mediante banner en sitio web- no es novedosa, (ya ha fallado en este mismo sentido la Sala D de la CNCom en el mes de agosto de 2013 en autos “Consumidores Financieros



Asociación Civil c. Liderar Compañía Argentina de Seguros S.A. s/ *ordinario*) la decisión del tribunal parece venir a consolidar una línea jurisprudencial más receptiva de la realidad actual y de los nuevos medios comunicacionales).

- (iv) Registro Público de Procesos Colectivos: Por último, atendiendo a que la Corte Suprema de Justicia dispuso la creación y puesta en funcionamiento del “Registro Público de Procesos Colectivos radicados ante los tribunales del Poder Judicial de la Nación” (Acordada N° 32/2014 del mes de enero de 2014), la Sala dejó sin efecto la difusión ordenada por el magistrado de grado en el registro privado de la “Fundación Mercado y Transparencia”, disponiendo que se registre el juicio en la referida dependencia oficial.

Para cualquier consulta derivada de la presente, pueden contactar a Guadalupe Pozzi Santamarina, Pozzisantamarina@rctzz.com.ar y Lisandro Frene, frene@rctzz.com.ar