

Fuente: <http://www.abogados.com.ar/procesos-colectivos-de-consumor-publicidad-gastos-y-registro/16378>

Procesos colectivos de consumidor: publicidad, gastos y registro

Por Guadalupe Pozzi Santamarina

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 una 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.