

PUBLICIDAD Y NOTIFICACIONES EN LOS PROCESOS COLECTIVOS DE CONSUMO

Francisco Verbic^o

I. INTRODUCCIÓN. EL CONTENIDO DE LA SENTENCIA Y LAS CUESTIONES QUE PLANTEA.

En fecha 30 de Octubre de 2014 la Sala D de la Cámara Nacional en lo Comercial se expidió en los autos *“Asociación por la Defensa de Usuarios y Consumidores c/ Banco Santander Río S.A. s/ Ordinario”* (Expte. N° 29.369/2010) sobre diversas cuestiones relativas a las modalidades de publicidad y notificación de la existencia de un proceso colectivo de consumo a los miembros del grupo, así como también respecto de quién debe asumir los costos de dichas medidas. Entre los aspectos salientes de la decisión se destacan especialmente cuatro.

El primero de ellos es la reducción de la cantidad de días en que debían ser publicados los edictos en un diario de circulación nacional (de 5 que había ordenado el juez de primera instancia, a un total de 2). La Cámara sostuvo esta modificación en razones de índole económica, señalando que *“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 publicar edictos cuyo valor económico resulta excesivamente oneroso”*.

La segunda cuestión a destacar, estrechamente relacionada con la anterior, es la sugerencia implícita (pero suficientemente clara) que efectúa la Cámara en el considerando 4.a. con relación a que la vigencia total del beneficio de justicia gratuita a favor de las organizaciones de defensa del consumidor establecido en el art. 55, 2do párrafo, de la Ley de Defensa del Consumidor N° 24.240 (en adelante “LDC”) podría llevar a eximir las de cargar con los costos de la publicación de edictos. Costos que, sin embargo, en el caso quedaron en cabeza de la parte actora.

El tercer punto que cabe subrayar es la orden (aparentemente dictada en carácter de medida para mejor proveer) dirigida a complementar esa publicidad edictal mediante un

^o Publicado en el Diario La Ley del 15 de Abril de 2015.

banner a publicarse durante veinte días corridos en la página web de la demandada y a costa de ésta. Como veremos, no se trata de una medida novedosa sino de la consolidación de una interesante línea jurisprudencial que comienza a hacerse cargo de la realidad comunicacional que vivimos y parte de una concepción mucho más realista respecto de la necesidad de llevar efectivamente el asunto a conocimiento del grupo de consumidores afectado.

Por último, tenemos la revocación de la orden de inscribir el proceso en un registro privado llevado por una Fundación y la manda de hacerlo en el Registro Público de Procesos Colectivos establecido por la Acordada CSJN 32/2014.

El objetivo de esta nota es abordar algunas cuestiones tratadas por el fallo en comentario, tales como la importancia de las notificaciones y la publicidad en los procesos colectivos, los diversos medios que pueden emplearse para garantizar una comunicación razonable hacia los miembros del grupo afectado, los costos que suponen estas comunicaciones y la forma de asignarlos en el marco del debate, y el alcance de los poderes del juez en la materia (especialmente en cuanto a la necesidad de controlar que las comunicaciones contengan un lenguaje accesible para sus destinatarios). Para ello utilizaré algunas fuentes doctrinarias, otra jurisprudencia que ha trabajado en una línea similar a la del fallo comentado, y las previsiones de un proyecto de ley sobre proceso colectivo de consumo que tramita actualmente ante la Honorable Cámara de Senadores de la Provincia de Buenos Aires.¹

II. LA IMPORTANCIA DE LAS NOTIFICACIONES Y LA PUBLICIDAD EN LOS PROCESOS COLECTIVOS

Cuando uno piensa en notificaciones o publicidad de un proceso judicial, rápidamente imagina edictos, cédulas y registros de juicios universales, así como otras modalidades tradicionales de comunicación e información hacia las partes y la comunidad sobre la existencia y avances del trámite. Las cédulas son costosas y de complicado trámite, los registros de juicios universales se encuentran muy lejos de la comunidad, y muy poca gente desayuna leyendo los edictos del diario (mucho menos los del Boletín Oficial). A pesar de todo ello, los abogados nos hemos puesto de acuerdo en que estas modalidades de comunicación son aptas para permitir que la discusión procesal avance y también para resguardar los derechos de las partes y terceros con interés en el conflicto a resolver. Hemos aprendido a convivir con ellas sin cuestionarlas demasiado, y de hecho las experiencias

¹ Expediente E 218/14-15, iniciado por el Senador Hernán I. Albisu en fecha 26/08/14.

recientes que buscan utilizar (y utilizan) la informática para mejorar nuestras comunicaciones han sido resistidas por grandes sectores de la comunidad jurídica.

Si esta falta de modernización en el modo de comunicarnos en el marco del proceso es cuanto menos delicada en el campo de los procesos individuales, en el contexto de casos colectivos asume, lisa y llanamente, un carácter peligroso. Peligroso para los miembros del grupo representados por el legitimado colectivo, peligroso para la efectividad de la solución dictada por la eventual sentencia a dictarse y peligroso para la legitimidad del sistema frente a la sociedad.

Sucede que, y esto debe ser bien subrayado, la publicidad del proceso y las notificaciones dirigidas a los miembros del grupo adquieren en el campo colectivo un carácter verdaderamente fundamental para garantizar un debido proceso legal y, en ciertos casos, el derecho de autonomía individual de grandes números de personas que, en atención a la estructura de nuestros procesos de tutela colectiva (procesos colectivos representativos), no están presentes en el debate.² Asimismo, un adecuado sistema de publicidad y notificaciones resulta esencial para que la sentencia colectiva pueda desactivar el conflicto definitivamente, sin dejar abiertos flancos de ataque fundados en la falta de respeto a las señaladas garantías. Por último, una debida publicidad y un sistema razonable de notificaciones también resultan de gran trascendencia para dotar de legitimidad al sistema de tutela colectiva frente a la sociedad. Lo sucedido en torno a diversos acuerdos colectivos celebrados en el fuero nacional en lo comercial (luego profundamente modificados o anulados por los tribunales), donde la única publicidad pactada entre las partes fue a través de edictos, es muestra significativa de ello.³

Lo que señalo no es ninguna novedad entre nosotros. La CSJN ya lo explicó con claridad en “*Halabi*”, y lo ratificó en todos los fallos que siguieron su línea,⁴ al sostener que

² Como señalé en otro lugar “*La necesidad de acordar una amplia publicidad a la promoción de un proceso colectivo tiene por finalidad permitir la participación en el debate de todos aquellos sujetos afectados y del resto de los legitimados extraordinarios habilitados para intervenir en el asunto. Ello permite a los interesados controlar la actuación y la adecuación del representante, contribuir con las pruebas e información que dispongan y, en algunos casos, ejercer su derecho de autoexclusión si no desean ser afectados por la cosa juzgada de la sentencia a dictarse, siempre que el sistema prevea tal posibilidad. Como el instrumental colectivo descansa sobre la ficción de considerar presentes a tales sujetos a través del representante extraordinario, la publicidad del proceso tiende fundamentalmente a garantizar su derecho de defensa*” (VERBIC, Francisco “*Procesos Colectivos*”, Ed. Astrea, Buenos Aires, 2007, Capítulo IV).

³ Sobre el tema ver BENGOLEA, Adrián – VERBIC, Francisco “*Acuerdos transaccionales colectivos en el derecho de consumo*”, Diario La Ley del 04/04/13; VERBIC, Francisco “*Control judicial de acuerdos colectivos de consumo*”, DPI del 24/04/14.

⁴ Especialmente las causas CSJ 361/2007 (43-P) “*PADEC c/ Swiss Medical S.A.*”, del 21/08/13; CSJ 2/2009 (45-U) “*Unión de Usuarios y Consumidores c/ Telefónica Comunicaciones Personales S.A. ley 24.240 y otro s/ ampo proc. sumarísimo (artículo 321, inc. 2º, C.P.C. y C.)*”, sentencia del 06/03/14; CSJ 519/2012 (48-C) “*Consumidores Financieros Asociación Civil p/ su defensa c/ La Meridional Compañía Argentina de Seguros*”

“es esencial, asimismo, que se arbitre en cada caso un procedimiento apto para garantizar la adecuada notificación de todas aquellas personas que pudieran tener un interés en el resultado del litigio, de manera de asegurarles tanto la alternativa de optar por quedarse fuera del pleito como la de comparecer en él como parte o contraparte. Es menester, por lo demás, que se implementen adecuadas medidas de publicidad orientadas a evitar la multiplicación o superposición de procesos colectivos con un mismo objeto a fin de aventar el peligro de que se dicten sentencias disímiles o contradictorias sobre idénticos puntos” (considerando 20°).

También vale señalar jurisprudencia anterior del mismo tribunal que dictó el fallo que dispara este comentario, donde ya se habían apuntado algunas de estas cuestiones. En este sentido se destaca el fallo dictado por la Sala F de la misma Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial en autos *“Consumidores Financieros Asociación Civil c/ Liderar Compañía Argentina de Seguros S.A. s/ordinario”* (sentencia del 22/08/13), en el cual los magistrados intervinientes recalcaron el hecho de que *“la importancia de la información en los juicios donde se invocan derechos individuales homogéneos es nodal en el proceso [colectivo]”* y que, por tanto, *“se impone efectuar la notificación de la existencia del litigio de la mejor manera posible, de acuerdo a las circunstancias del caso, a todos los miembros afectados en forma individual, siempre que éstos puedan ser identificados con un esfuerzo razonable, además de una notificación general para el resto”*.⁵

Ahora bien, ¿significa esto que el sistema debe asegurar una notificación personal y fehaciente a todos los miembros del grupo? La respuesta es no.⁶ Tal como se explica en la introducción a los Principios de los Procesos Colectivos del American Law Institute *“Es claro para todos que las notificaciones tienen una chance muy pequeña de convertir en activos participantes de las acciones de clase a aquellos miembros del grupo que tienen pequeños intereses en juego. Enviar notificaciones a este tipo de personas es una pérdida de*

S.A. s/ ordinario”, sentencia del 24/06/14; CSJ 1074/2010 (46-C) *“Consumidores Financieros Asoc. Civil para su defensa c/ Banco Itaú Buen Ayre Argentina SA s/ ordinario”*, sentencia del 24/06/14; y CSJ 1145/2013 (49-M) *“Municipalidad de Berazategui c/ Cablevisión S.A. s/ amparo”*, sentencia del 23/09/14.

⁵ Con cita de SALGADO, José M. *“Certificación, notificaciones y opción de salida en el proceso colectivo”*, RDP Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2011-2, p. 193 y ss. (trabajo cuya lectura completa recomiendo en atención a la lectura sistémica que propone sobre este tema).

⁶ Comparto lo sostenido por Martínez Medrano cuando afirma que *“Las acciones colectivas deben ser comunicadas a los eventuales beneficiarios (los consumidores) pero esta comunicación debe ser en favor de los consumidores, y si la misma representa un obstáculo para la promoción o trámite del proceso colectivo, el remedio es peor que la enfermedad. O dicho de otra forma, quienes se ponen la piel de corderos y se manifiestan rigurosos a la hora de notificar uno por uno a los consumidores, saben que dicho meticuloso requisito se transforma en un obstáculo que precisamente impide que los consumidores puedan ser representados colectivamente”* (MARTINEZ MEDRANO, Gabriel *“Publicidad de las acciones colectivas”*, L.L. 2013-F-272).

*tiempo y dinero. A pesar de ello la práctica continúa, reflejando una bien intencionada creencia según la cual el aparente potencial de participación individual provee mayor legitimidad al proceso colectivo. Las notificaciones son un pilar fundamental del debido proceso en los procesos tradicionales, donde las partes cuentan con intereses de relevancia y pueden protegerse sólo mediante una activa participación. La práctica de notificar a miembros de la clase que tienen pretensiones de escaso valor pone en evidencia la convicción de que ellos también tienen derecho a un debido proceso. Pero las buenas intenciones producen malos resultados cuando los encargados de generar políticas públicas no comprenden los incentivos de los litigantes. Cuando los miembros ausentes de la clase tienen pretensiones de escaso valor y pueden obtener un mejor resultado siguiendo el liderazgo de representantes nominales, los esfuerzos de convertir a aquéllos en activos litigantes mediante el uso de notificaciones están sepultados de antemano”.*⁷

Por tanto, el tipo y modalidad de notificación y publicidad a implementar depende de las particulares características del caso en discusión y, muy especialmente, del grado de incentivo que los miembros del grupo puedan tener para participar en el proceso o apartarse del mismo. Lejos entonces de tratarse de una cuestión simple que pueda resolverse automáticamente (por ejemplo, por medio de una previsión legal que imponga determinada forma de comunicación de manera obligatoria), los jueces deben ponderar todas estas cuestiones y tomar las medidas que sean necesarias para asegurar un sistema de publicidad y notificaciones razonable y adecuado para el caso concreto. En este sentido, el at. 11 del proyecto de ley sobre procesos colectivos de consumo que tramita en el Senado de la Provincia de Buenos Aires establece en su segundo párrafo que *“Se procurará acordar al proceso la mayor publicidad posible. Las medidas de publicidad y el tipo de notificaciones a realizar deben ser acordes con el grado de incentivo que puedan tener los miembros del grupo para intervenir o bien excluirse del proceso. Para determinar este grado de incentivo el juez deberá ponderar especialmente la cuantía de las pretensiones individuales en disputa”*.⁸

⁷ ISSACHAROFF, Samuel (Reportero General) *“Principios del Derecho de los Procesos Colectivos”*, American Law Institute – UNAM, México, 2014, p. XXI-XXII.

⁸ La fundamentación del proyecto explica que *“El art. 11 del proyecto regula un aspecto fundamental de este tipo de procesos, como es el de la publicidad del caso y las notificaciones que deben dirigirse a los miembros del grupo involucrado. Para evitar gastos superfluos y dotar de suficiente libertad al juez a fin de disponer las medidas que resulten necesarias de acuerdo al caso, la norma prevé que la publicidad deberá ser amplia y la modalidad de notificación deberá ser adecuada y acorde al grado de incentivo de los miembros del grupo para intervenir en el proceso. Este art. 11 prevé también la obligación del demandado de adelantar los gastos necesarios para efectivizar las medidas de publicidad y notificación dispuestas por el juez, en un todo de acuerdo con el beneficio de justicia gratuita regulado por el propio proyecto. Igualmente establece la obligación de la parte actora de implementar servicios online para comunicar la existencia del proceso y sus*

III. MODALIDADES PARA IMPLEMENTAR LA PUBLICIDAD Y LAS NOTIFICACIONES

La jurisprudencia en materia colectiva ya ha reconocido la necesidad de utilizar modalidades de publicidad y notificación diversas de los tradicionales edictos, registros y cédulas judiciales. Lo mismo sucede con un proyecto de ley sobre procesos colectivos de consumo en trámite ante el Senado de la Provincia de Buenos Aires.

III.1. Publicación en páginas web

Como adelanté en la introducción, la orden de publicar un banner en la página web de la demandada para informar a sus clientes (miembros representados por la organización actora) sobre la existencia del caso colectivo no fue una medida novedosa tomada por el caso en comentario sino, insisto, la consolidación de una línea jurisprudencial muy interesante que comienza a hacerse cargo de la sociedad digital en que vivimos. En este sentido se destacan al menos dos fallos anteriores.

El primero es la ya apuntada sentencia interlocutoria de la Sala F *“Consumidores Financieros Asociación Civil c/ Liderar Compañía Argentina de Seguros S.A. s/ordinario”*. Allí el tribunal revocó la decisión del Juez de primera instancia que había ordenado el envío de una nota a todos los miembros del grupo afectado por cuenta y cargo de la demandada, y reemplazó tal obligación por la de transmitir *“en el plazo de 48 horas de notificada la presente (...) el contenido de la información en un banner destacado de su página web —que deberá mantenerse vigente durante treinta días desde su publicación— y arbitrar todos los otros medios conducentes, sin limitación alguna”*.

La segunda decisión a que me refiero fue tomada por la Cámara de Apelaciones en lo Civil y Comercial de Pergamino, Provincia de Buenos Aires, en autos *“Usuarios y Consumidores Unidos c/ AMX S.A. y otro s/ Materia a categorizar”* (Expte. N° 65.109). En este caso el tribunal siguió un criterio similar al de la Sala F, revocando la decisión del Juez de primera instancia que había ordenado la publicación de edictos *“en un medio masivo de divulgación gráfica de la localidad de Colón, a cargo de la actora”* y por parte de la empresa demandada el envío de *“una nota a sus clientes, juntamente con la factura mensual, ya sea*

principales movimientos de forma continua y gratuita, así como también el deber de habilitar una dirección de correo electrónico específica para evacuar consultas de los miembros del grupo; mientras que pone en cabeza del demandado el deber de incorporar la información de dichos servicios online en su propia página web institucional. Por último, esta norma establece contenidos mínimos de la publicidad y notificaciones, así como también la modalidad y forma de redacción de tales contenidos con el objeto de que las mismas puedan ser comprendidas por personas legas y permitan a éstas, de tal modo, ejercer sus derechos adecuadamente”.

enviada en soporte papel como por vía electrónica, a todos los usuarios con los prefijos 02473 o 2473". Para tomar esta decisión la Cámara consideró que la carga de enviar una nota a los usuarios junto con su factura mensual (en formato papel o electrónica) era una "carga demasiado gravosa" para la demandada (si bien no se explica por qué), y que ello "atenta no sólo contra el principio de igualdad de las partes en el proceso, sino además contra principios y derechos de raigambre constitucional: como ser, que nadie está obligado a hacer lo que la ley no manda ni a declarar contra sí mismo, y el derecho de defensa, los cuales es sabido deben asegurarse en todo proceso civil".

Sin perjuicio de esta inicial toma de posición en torno al asunto, el tribunal señaló a continuación que *"el mandato en cuestión se cumplimentará -en el plazo de 48 hs. de notificada la presente- con la publicación del inicio de la presente y su estado -en los términos dispuestos por el a-quo en el fallo atacado, y durante 30 días- tanto en un banner destacado de su página web como en los diarios y/o semanarios -mínimos dos- de mayor circulación de la localidad de Colón, tal como lo ofreciera la propia accionada en su memorial, destacándose que esto último deberá practicarse en páginas centrales y en forma destacada".* De este modo, recordando las exigencias que la CSJN impuso en "Halabi" en torno a la publicidad de estas acciones, invocando (con citas doctrinarias) la necesidad de hacer un uso más fuerte de las facultades ordenatorias del art. 36 inc. 4° del CPCC en este tipo de procesos, y basada también en el principio de colaboración de las partes, la Cámara de Pergamino ordenó la publicación del caso en medios gráficos y en la página web de la demandada mediante un banner destacado y durante 30 días.

El proyecto de ley al cual vengo haciendo referencia establece la publicidad web como una obligación en cabeza de ambas partes: *"Sin perjuicio de otros medios que estén a su alcance, la parte actora deberá implementar una página web o sección especial para el caso, donde deberá publicar todas las decisiones del juez de la causa y poner a disposición un correo electrónico para evacuar consultas de los miembros del grupo. El demandado deberá incorporar un acceso fácil, directo y destacado a dicha página o sección web desde la página de inicio de su sitio de Internet institucional"* (art. 11, 3er párrafo).

III.2. Publicidad televisiva

Otro medio de publicidad de gran utilidad en este campo es, por supuesto, la televisión. Y una vez más encontramos un importante antecedente en el breve pero sustancioso fallo dictado por la Sala F en autos *"Consumidores Financieros Asociación Civil c/ Liderar Compañía Argentina de Seguros S.A. s/ordinario"*. Con relación a esta cuestión se

sostuvo allí que *“Finalmente, dada la dispersión geográfica de los clientes de la compañía demandada, la masividad en el alcance que suponen los medios de difusión televisiva y el rol social que cumplen, se aprecia de suma utilidad recurrir a las señales de la televisión pública —canal 7— y privadas de aire —canal 2, 9, 11 y 13”*. A dichos canales televisivos se les solicitó que *“en las ediciones centrales de los noticieros hagan conocer la existencia de este pleito y su estado (...) la cual podrá ser comunicada —no exclusivamente— mediante videograph o especie similar u otra alternativa o formato idóneo”*,⁹ y se ordenó librar oficio a la Autoridad de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFCA) *“a fin de que por su intermedio se arbitren los medios necesarios a los fines del efectivo cumplimiento de lo ordenado precedentemente (cfr. art. 10 de la ley 26.522)”*.

III.3. Notas simples, cartelería, redes sociales y otras modalidades

Según vimos, tanto el fallo de la Sala F en *“Liderar”* como el dictado por su par de Pergamino en *“AMX”* revocaron decisiones de primera instancia que habían dispuesto el envío de notas simples a los miembros del grupo. Ambos tribunales lo hicieron por considerar que se trataba de una carga demasiado gravosa para la demandada. Sin embargo, tales decisiones carecen en este punto de argumentos que sostengan esta afirmación. Si consideramos la relevancia que tiene una debida publicidad y notificación del caso colectivo a los miembros del grupo afectado, y consideramos también la posición económica que tienen las empresas usualmente demandadas en este tipo de asuntos, la afirmación de que una simple nota configura una carga demasiado gravosa no parece sostenerse por sí sola. A esto debemos sumar la relación directa y contacto permanente que estas empresas tienen con sus clientes en la gran mayoría de los casos, así como también el hecho de que la incorporación de este tipo de notas (en formato papel o digital) junto con la factura a pagar garantiza en gran medida la efectiva toma de conocimiento por parte de los afectados.

En el caso de las compañías de telefonía móvil encontramos todavía un recurso más sencillo, útil y directo para utilizar a modo de nota simple: el envío de sms a sus clientes. Un recurso que, además, no insume costo alguno para las empresas y garantiza la recepción del mensaje por parte del destinatario. Este medio de comunicación es utilizado permanentemente para publicidades e información relativas al servicio, ¿por qué no emplearlo para comunicar a los usuarios afectados la existencia de un proceso judicial que involucra sus intereses? Lo mismo puede decirse del envío de emails masivos, por parte de cualquier tipo

⁹ El fallo invoca como autoridad una decisión previa de la misma Sala F, dictada en fecha 23/05/2013 en autos *“Asociación Protección Consumidores del Merc. Común Sur c. Galeno Argentina S.A. s/sumarísimo”*.

de empresa hacia sus clientes. También este tipo de medio de comunicación es utilizado con gran asiduidad para comunicar publicidad, promociones e información relacionada con el servicio. Y también se trata de un medio de comunicación de muy bajo costo, si es que alguno. Sin embargo, tampoco se lo utiliza para comunicar la existencia de este tipo de procesos.

La colocación de cartelera en lugares visibles dentro de los locales de la parte demandada también es otro recurso de relativo bajo costo y muy interesante para utilizar. Si bien la eficacia de este mecanismo no es tan alta como la de los señalados hasta aquí, pues supone la presencia física del afectado dentro del local en cuestión, no deja por ello de ser una modalidad complementaria que concurre a profundizar la difusión del caso colectivo.¹⁰

Por último tenemos las redes sociales, tanto de las organizaciones de defensa del consumidor que promueven usualmente este tipo de casos como las oficiales de las empresas demandadas. Vías de comunicación como Facebook, Twitter, Instagram y tantas otras configuran en la actualidad una de las herramientas más importantes para difundir la existencia de procesos colectivos. Lo mismo puede decirse de la posibilidad de desarrollar blogs o páginas web exclusivas para cada proceso judicial colectivo, dotando así al asunto de presencia propia y directa al público en la web. Tenemos que hacernos cargo de la realidad que impone la sociedad de la información en que estamos viviendo si es que realmente buscamos que la existencia de los casos colectivos que tramitan ante nuestros tribunales llegue a conocimiento de quienes se verán afectados por lo que allí se resuelva.

III.4. Registros públicos

Por último, encontramos la publicidad del caso colectivo por medio de su inscripción en registros públicos. Fueron Maurino, Nino y Sigal los primeros que impulsaron entre nosotros la idea de implementar este tipo de Registros, en el entendimiento que permitiría a terceros conocer la existencia del litigio en similares condiciones a lo que ocurre con los procesos concursales y sucesorios a través de los registros de juicios universales establecidos en las distintas jurisdicciones.¹¹ Luego fue la Suprema Corte de Justicia de Buenos Aires la

¹⁰ “La colocación de cartelera en lugares de tránsito de los clientes abarcados por la Clase como ser supermercados (criterio sostenido por la Fiscalía de Primera Instancia en el expediente ADDUC c. CENCOSUD, Juzgado Comercial Nro. 11), sucursales bancarias (Cámara de Apelaciones en lo Contenciosoadministrativo y Tributario de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, sala II 21/07/2012 ~ PADEC c. Banco de la Ciudad de Buenos Aires)”, conf. MARTINEZ MEDRANO, Gabriel “Publicidad de las acciones colectivas”, L.L. 2013-F-272).

¹¹ MAURINO, Gustavo - NINO, Ezequiel - SIGAL Martín “Las acciones colectivas. Análisis conceptual, constitucional, procesal, jurisprudencial y comparado”, LexiNexis, Buenos Aires, 2005, p. 266 y ss. La importancia de este tipo de mecanismos fue también destacada en las conclusiones del Congreso Nacional de

primera en implementar un sistema del género por vía de Acordada en fecha 21 de Agosto de 2013.¹² Y poco más de un año después fue la CSJN quien resolvió seguir el mismo camino al dictar sentencia en autos *“Municipalidad de Berazategui c. Cablevisión S.A. s/ Amparo”* (23 de septiembre de 2014, causa M.1145.XILX). Allí nuestro máximo tribunal sostuvo que *“durante el último tiempo este Tribunal ha advertido un incremento de causas colectivas con idénticos o similares objetos que provienen de diferentes tribunales del país. Esta circunstancia genera, además de dispendio jurisdiccional, el riesgo cierto de que se dicten sentencias contradictorias y de que las decisiones que recaigan en uno de los procesos hagan cosa juzgada respecto de las planteadas en otro. También favorece la objetable multiplicación de acciones procesales con objetos superpuestos tendientes a ampliar las posibilidades de obtener alguna resolución -cautelar o definitiva- favorable a los intereses del legitimado activo o de interferir en la decisión dictada en el marco de otro expediente”*.¹³

Por dichas razones y *“en atención a que los aludidos inconvenientes podrían conllevar a situaciones de gravedad institucional”*, el Tribunal estimó *“necesaria”* la creación por medio de Acordada de un *“Registro de Acciones Colectivas en el que deban inscribirse todos los procesos de esa naturaleza que tramiten ante los tribunales del país”*. Este Registro, en palabras de la propia Corte, *“Tiende entonces a evitar el escándalo jurídico que podría representar el dictado de decisiones contradictorias en causas conexas o superpuestas y a lograr la economía procesal que mejor se ajuste a un adecuado servicio de justicia. Asimismo, el registro brindará información a los tribunales y a los legitimados colectivos o individuales acerca de la existencia de procesos de esa naturaleza y favorecerá el acceso a justicia al permitir a los habitantes conocer la existencia de procesos y sentencias de las que puedan ser beneficiarios”*.¹⁴

Derecho Procesal celebrado en Mendoza en el año 2005 (punto 8, donde se sostuvo la conveniencia de implementar un sistema de orden nacional mediante convenios interjurisdiccionales).

¹² Acordada SCBA N° 3660/13, por medio de la cual se dispuso la creación del *Registro Público de Procesos de Incidencia Colectiva*, en el cual quedó subsumido el Registro Público de Amparos de Incidencia Colectiva previsto en la Ley N° 13.928. Una vez puesto en funcionamiento, deberán anotarse en el Registro *“todos los procesos en que se debatan derechos colectivos o de incidencia colectiva en general, a excepción de los procesos de hábeas corpus”* (art. 2) y será deber de los jueces intervinientes comunicar la información necesaria para ello (art. 3). También se tomará nota de los procesos colectivos que tramiten en extraña jurisdicción y sean voluntariamente informados por los jueces pertinentes (art. 6). El Registro será público y accesible desde el sitio web de la SCBA, y la información allí contenida podrá ser libremente consultada en forma gratuita (art. 9). El Registro también proporcionará informes a pedido de ciertos sujetos determinados en la propia normativa (arts. 10 y 11). Ver una nota sobre el tema en CAPACCIO, Jeremías - VERBIC, Francisco *“La Suprema Corte de Justicia de la provincia de Buenos Aires innova con la creación y reglamentación de un Registro de Procesos de Incidencia Colectiva”*, LLBA 2014 (Febrero), 1.

¹³ Considerando 7° del voto de la mayoría, replicado por el considerando 10° del voto concurrente de Highton de Nolasco.

¹⁴ Considerando 10° del voto de la mayoría.

Una semana después de pronunciar esa sentencia la CSJN dictó la Acordada N° 32/2014, cuyo art. 1 dispone *“Crear el Registro Público de Procesos Colectivos radicados ante los tribunales del Poder Judicial de la Nación, que funcionará con carácter público, gratuito y de acceso libre, en el ámbito de la Secretaría General y de Gestión de esta Corte”* para todas tomar razón de las causas que tramitan ante la justicia nacional y federal (si bien se invita a las Provincias y a la CABA a celebrar convenios en la materia).

En los fundamentos de la Acordada se sostiene que *“Este procedimiento destinado a la publicidad de los procesos colectivos -que arraigan en el art. 43 de la Constitución Nacional- tiene por objeto, asimismo, preservar un valor eminente como la seguridad jurídica cuya jerarquía constitucional ha sido señalada por el Tribunal con énfasis y reiteración (Fallos 317:218 y sus citas)-, en la medida en que propende a asegurar eficazmente los efectos expansivos que produce en esta clase de procesos la sentencia definitiva pasada en autoridad de cosa juzgada, además de perseguir la apropiada tutela de los derechos de todas las personas que no han tomado participación en el proceso”*.¹⁵

Igualmente, se destaca el señalamiento de la importancia del deber informativo de los jueces y también lo dicho en cuanto al carácter procesal de diversas previsiones incorporadas al reglamento. En este sentido, en el considerando 5° se sostiene que *“el adecuado funcionamiento del sistema que se implementa requiere de parte de los magistrados intervinientes llevar a cabo en el proceso -en todas sus etapas- una actividad de índole informativa, sin cuyo apropiado cumplimiento el procedimiento previsto quedará inexorablemente frustrado, razón por la cual el reglamento que se aprueba incluye disposiciones de naturaleza procesal que, por ende, se integran materialmente -en lo pertinente- al Reglamento para la Justicia Nacional”*.¹⁶ El art. 7 del Reglamento dispone una amplia accesibilidad a la información contenida en el Registro (*“toda persona”*) y también

¹⁵ Considerando 1°.

¹⁶ Sobre este último aspecto es posible observar que el reglamento del Registro parece imponer nuevas pautas procesales para la tramitación de procesos colectivos en la justicia nacional, puesto que su art. 3 establece la *“obligación”* de los jueces donde está radicado el pleito de proceder a comunicar la información necesaria *“tras haber dictado la resolución que considera formalmente admisible la acción colectiva; identifica en forma precisa el colectivo involucrado en el caso; reconoce la idoneidad del representante y establece el procedimiento para garantizar la adecuada notificación de todas aquellas personas que pudieran tener un interés en el resultado del litigio”*. En otras palabras, esta Acordada de la CSJN parece regular (si bien de manera indirecta) una suerte de instancia de certificación de la acción colectiva, exigiendo a los tribunales de grado expedirse sobre distintos requisitos de procedencia y trámite delineados en *“Halabi”* antes de considerar a un proceso como un proceso colectivo. A similar conclusión puede arribarse respecto de la intervención obligada del Ministerio Público de la Nación en todos estos asuntos colectivos en el marco de lo dispuesto por el art. 25, inc. *“a”* y 41 de su ley orgánica (art. 4, inc. *“d”* del Reglamento). Una intervención que hasta ahora sólo era exigida legalmente con carácter obligatorio en materia de consumo (art. 52, 2do párrafo de la LDC).

establece el carácter gratuito de tal acceso, “*por vía electrónica y mediante un procedimiento sencillo*”.¹⁷

IV. LOS COSTOS DE LAS NOTIFICACIONES Y LA PUBLICIDAD. ASIGNACIÓN DE SU CARGA.

La asignación de la carga de los costos de las notificaciones y publicidad es un factor determinante para la viabilidad de este tipo de causas colectivas. Para poner un ejemplo muy claro de esto podemos volver a la carga contra los edictos judiciales, una herramienta que, además de servir para muy poco en términos de comunicación, son altamente costosos. Ni que hablar si de lo que se trata es de notificaciones personales. Exigir a la parte actora que cargue con el costo de producción de tales notificaciones puede, en muchos casos, condenar al fracaso el sistema de tutela colectiva y, con ello, impedir el acceso a la justicia de grandes grupos de personas (así como garantizar la impunidad de conductas y prácticas comerciales manifiestamente ilícitas, pero generadoras de afectaciones de escasa cuantía individual). Además, en el campo del consumo debe tenerse presente el beneficio de justicia gratuita que establece el art. 55 de la LDC. Un beneficio respecto del cual la CSJN ya ha dejado en claro que comprende las costas del proceso (entre las cuales se encuentran, por supuesto, los gastos que puedan insumir las notificaciones y publicidad).¹⁸

El fallo que origina esta nota se hizo cargo de esta cuestión, tal como señalé en la introducción del trabajo. Por otra parte, en el citado fallo “*Consumidores Financieros Asociación Civil c/ Liderar Compañía Argentina de Seguros S.A. s/ordinario*” la Sala F se ocupó también de señalar una cuestión fundamental en la materia: la importancia de tomar medidas innovadoras para asegurar el cumplimiento de la finalidad perseguida por la publicidad y las notificaciones en este campo, lo cual comprende la posibilidad de trasladar a la demandada la carga de tales diligencias. Al respecto sostuvo que “*Las garantías involucradas en la notificación reposan en principios constitucionales que deben ser resguardados con el mayor celo posible, debiendo evaluarse mecanismos originales que incluso trasladen al demandado no colectivo la carga procesal en cuestión*”.

¹⁷ Puede accederse al Registro desde la página principal del sitio web de la CSJN (www.csjn.gov.ar). El proyecto que tramita en la Provincia de Buenos Aires también contempla la creación de un registro específico para procesos colectivos de consumo: “*Art. 26. Registro Público de Procesos Colectivos de Consumo. Créase el Registro Público de Procesos Colectivos de Consumo, donde deberán registrarse todas las causas que tramiten conforme a la presente ley. Su funcionamiento será reglamentado por el Poder Ejecutivo*”.

¹⁸ CSJN en autos “*Unión de Usuarios y Consumidores c/ Nuevo Banco de Entre Ríos S.A. s/ Ordinario*”, sentencia del 30/12/14, causa CSJ 10/2013 (49-U). Antes de este fallo trabajamos sobre este tema en GALEAZZI, Mariela – VERBIC, Francisco “*Acciones colectivas y beneficio de justicia gratuita*”, L.L. 2014-E-462. Ver también

El fallo de Pergamino al cual hicimos referencia también señaló la necesidad de ejercer con mayor énfasis los poderes del juez en el marco de los procesos colectivos y, específicamente, en materia de notificaciones, sobre lo cual volveré en el apartado siguiente. En esa línea, dicho precedente fundó la ya comentada orden de publicar un banner en la página web de la demandada en la necesidad de *“requerir a la aquí accionada el cumplimiento de ciertas diligencias, con sustento en la facultad de los jueces de exigir a las partes la colaboración adecuada para que el proceso se desarrolle eficazmente, y más aún si se advierte que es quien se encuentra en mejores condiciones para anotar a sus usuarios”*.

V. LOS PODERES DEL JUEZ EN LA MATERIA Y EL MODO DE TRANSMITIR LA INFORMACIÓN

A esta altura del desarrollo del tema, es un lugar común afirmar la necesidad de que los jueces asuman en los procesos colectivos un rol de dirección del proceso mucho más activo todavía que el que pudieran tener en los asuntos individuales.¹⁹ En el campo específico de las notificaciones y las medidas de publicidad del proceso, podemos confirmar esta premisa elemental de la tutela colectiva con sólo pasar revista al modo en que los tribunales enfrentaron la cuestión en las sentencias citadas en este trabajo. Esta jurisprudencia da cuenta de: (i) la ponderación de las particularidades del caso concreto para determinar las modalidades de notificación y publicidad; (ii) la elección de los medios que se consideraron más adecuados y razonables, incluso innovando por fuera de las previsiones tradicionales de los códigos procesales; y (iii) la toma de decisión respecto del modo de asignar la carga económica que debe enfrentarse para implementar los medios ordenados.

A ello debe sumarse, si bien no fue objeto de discusión en estos casos, la importancia de que los jueces determinen el contenido de las notificaciones y –esto es fundamental– el lenguaje a utilizar en ese contexto.²⁰ Téngase presente que aun cuando podamos asegurar que la información llegue a conocimiento de sus destinatarios, de nada servirá si el lenguaje utilizado para comunicar les resulta inaccesible. Es bien sabido que el lenguaje jurídico sufre de vaguedad, ambigüedad y otra serie de problemas propios del lenguaje vulgar que utiliza para expresarse.²¹ Se supone que a mayor técnica y especificidad en la terminología utilizada,

¹⁹ VERBIC, Francisco *“El rol del juez en las acciones de clase. Utilidad de la jurisprudencia federal estadounidense como fuente de ideas para los jueces argentinos”*, en BERIZONCE, Roberto O. (Coordinador) *“Los Principios Procesales”*, Librería Editora Platense, La Plata, 2011.

²⁰ Distintos ejemplos de notificaciones en acciones de clase pueden consultarse en HENSLER, Deborah R. y otros *“Class action dilemmas: pursuing public goals for private gain”*, RAND Institute, 2000.

²¹ Sobre el particular ver el clásico trabajo de CARRIÓ, Genaro *“Notas sobre derecho y lenguaje”*, Ed. Abeledo-Perrot, Bs. As., 1968.

menor será el margen de error en lo que se busca comunicar. Y es justamente por ello, en teoría, que el lenguaje forense se encuentra plagado de términos, frases, conceptos y construcciones semánticas que difícilmente pueden ser entendidas por quienes no son especialistas en la materia o, al menos, se encuentran habituados a trabajar con textos jurídicos.

Mucho de ese lenguaje es esencial para explicar determinados conceptos, teorías y doctrinas (entendiendo por “esencial” que su reemplazo podría hacer incurrir en error a los operadores jurídicos). En esto estamos de acuerdo. Sin embargo, también existe todo un bagaje de vocabulario que no resulta esencial y que bien podría abandonarse para permitir que las decisiones judiciales sean más fácilmente comprensibles por la sociedad. En el marco de la publicidad y notificaciones implementadas en procesos colectivos debería cuidarse que el contenido a transmitir sea expresado en un lenguaje que, sin incurrir en errores conceptuales, pueda ser entendido por la población a la cual se dirige.²²

El proyecto legislativo que tramita en el Senado de la Provincia de Buenos Aires establece con relación a este aspecto de la cuestión que *“El contenido de la publicidad y de la notificación inicial deberá ser conciso, redactarse en un lenguaje llano y simple de entender para personas legas, y comunicar como mínimo las siguientes cuestiones...”* (art. 11, último párrafo).

VI. CIERRE

El tema de la publicidad y las notificaciones en los procesos colectivos es de suma trascendencia por razones de diversa índole que hacen, fundamentalmente, a la legitimación del sistema frente a la sociedad y al respeto y posibilidad de ejercicio de derechos constitucionales por parte de quienes, a pesar de no estar presentes en el debate, serán afectados por la sentencia a dictarse. Se trata también de un tema complejo que puede involucrar importantes sumas de dinero y que puede poner en riesgo la viabilidad misma de la tutela colectiva de derechos (garantía constitucional en nuestro sistema desde el año 1994).

La jurisprudencia y algunas iniciativas legislativas han comenzado a tomar conciencia de esto, generando y proponiendo el uso de mecanismos innovadores para intentar avanzar en una comunicación de información que sea realmente efectiva. Es importante continuar profundizando en esta discusión para permitir que los procesos colectivos de consumo sean eficientes y puedan cumplir con todas las finalidades que suponen

²² He postulado esto en términos generales con relación a la motivación de las decisiones judiciales en VERBIC, Francisco *“Motivación de la sentencia y debido proceso en el sistema interamericano”*, L.L. 2014-A-867.

en el marco de un sistema jurídico y político como el nuestro (acceso a la justicia, economía procesal y disuasión de conductas ilícitas colectivas, entre otras).