

DOS MINUTOS DE DOCTRINA

6 de noviembre de 2015

¿USTED ESTÁ LOCA?

*Luego de sonar la alarma y a partir de semejante pregunta se desató el pandemónium entre el personal de seguridad de un hipermercado y una clienta.
Pero los jueces llegaron a extremos impensados.*

En mayo de 2010, la buena de Martina, una mujer de edad y con ciertas dificultades para caminar (producto, entre otras cosas, de una prótesis de titanio en su columna vertebral) se retiraba, ya tarde, de un hipermercado luego de hacer sus compras.

Pero la mala suerte le jugó una trastada: su prótesis hizo sonar las alarmas de los sensores colocados para evitar los robos.

Se desató un aquelarre. El personal de vigilancia, al final de un largo día, seguramente se encontraba cansado y con poca paciencia. Lo que pudo ser un diálogo de rutina terminó convirtiéndose en un escándalo, ante el azoramiento de clientes y visitantes y con el contenido del bolso de Martina desparramado y expuesto sobre una de las cajas, mientras sus intentos de explicar lo ocurrido resultaban vanos. Entre gritos e improperios, una agente de seguridad hizo la pregunta que da título a este artículo.

La indignación de Martina aumentó cuando, ante la evidencia de que se había cometido un error, el personal le aconsejó que no realizara “ningún tipo de reclamo”. Martina se indignó, acusada de un delito que no había cometido, y se descompensó.

Una vez repuesta, hizo la denuncia policial correspondiente. Nora, otra clienta que acudió en su ayuda, corroboró sus dichos. Y poco tiempo después Martina inició pleito contra el hipermercado y su aseguradora.

En primera instancia su reclamo fue rechazado. Pero Martina apeló.

La Cámara de Apelaciones¹ al iniciar el análisis del asunto recordó que desde su reforma en 1994, la Constitución dice que *los consumidores y usuarios... tienen derecho... a condiciones de trato equitativo y digno*. La Ley de Defensa del Consumidor, en una reforma reciente, incorporó la noción de “trato digno”. Esas referencias, para el tribunal, crean una obligación de respeto al consumidor como persona, que no puede ser sometido a menosprecio o desconsideraciones. Semejante grado de protección, en opinión del tribunal, no se limita a identificar infracciones bajo la ley mencionada, sino también a principios contenidos en otras, como por ejemplo en la Ley

¹ In re “L, M.G. c. INC S.A. – Supermercados Carrefour”, CApelCyC (1), San Martín (2015); *elDial.com* AA91E0

Antidiscriminación o el nuevo Código Civil y Comercial que rige desde el 1° de agosto último, que establece una serie de principios generales a favor del consumidor que crean una “protección mínima” en su beneficio.

Pero establecer que en la Argentina existe un alto grado de protección a favor de los consumidores no significa que cualquier reclamo de uno de ellos sea reconocido automáticamente por los jueces. Como en cualquier otra cuestión, *debe probarse el daño*.

En el pleito se demostraron la existencia de la prótesis de titanio (que jugara un papel tan importante en el desarrollo de los acontecimientos), la “relación de consumo” que vinculó a Martina con el hipermercado y los hechos ocurridos, gracias a Nora, que se prestó a colaborar como testigo luego de presenciar el bochornoso incidente atraída por los gritos de Martina y los guardias. Su declaración, transcrita literalmente en la sentencia de la Cámara, transmite la sensación de impotencia ante el abuso sufrido por Martina: “...la mujer policía le preguntó a Martina si estaba loca...”, “ésta alegaba no ser una delincuente sino una clienta...”; “llama la atención que no tuvieran en cuenta el problema motriz de la señora...”.

Pero Nora fue el único testigo. ¿Tuvo relevancia ese aspecto? La Cámara entendió que eso “no le restaba eficacia probatoria, ya que los dichos [de Nora] no fueron desvirtuados por otros medios, y produjeron entonces convicción conforme las reglas de la *sana crítica*” (esto es, por aplicación de la lógica interpretativa y del común sentir de las gentes).

Los jueces tuvieron por probado que “[Martina] no recibió un trato digno... por parte del personal de servicio de la empresa

demandada”. La Cámara agregó: “*Toda persona es inviolable, y tiene derecho, en cualquier circunstancia, al reconocimiento y respeto de su dignidad. De ahí que el maltrato [y] la falta de colaboración de los dependientes para con el consumidor, que en el caso concreto era una persona discapacitada, configuran una violación a la obligación de trato digno*”.

Pero, ¿cuáles fueron los daños? Martina reclamó daño psicológico, pero la pericia psiquiátrica no encontró que ella tuviera incapacidad psíquica alguna o necesitara psicoterapia *por causa de los hechos denunciados*, y los jueces encontraron concluyente el dictamen. En consecuencia, ese reclamo fue rechazado.

Martina también pidió un resarcimiento por el daño moral sufrido. Los jueces entendieron que los vejámenes habían producido, efectivamente, un daño semejante. “Cualquier prueba que pueda aportar la víctima *permite fijar la extensión del resarcimiento, pero la existencia misma del daño* —una vez que los hechos se probaron— *se da por existente*”. En otras palabras, en la medida que se afecten los sentimientos de la víctima, se vulnere su paz y tranquilidad y se generen angustias y ansiedades, *existe el daño moral*, cuya entidad y modo de reparación está en manos del arbitrio de los jueces.

Martina demandó también a la compañía de seguros cuyas pólizas amparaban al hipermercado. Aquella argumentó que no debía ser incluida en la demanda (a través de la llamada “excepción de falta de legitimación pasiva”) puesto que sus pólizas no cubrían lo ocurrido.

En efecto, una de las cláusulas del contrato entre el hipermercado y la aseguradora *excluía* de la cobertura a *los reclamos que consisten exclusivamente en perjuicios que*

no resulten o sean consecuencias directas de daños materiales y/o lesiones.

Para la compañía de seguros, el “altercado” entre Martina y el personal del hipermercado *no produjo daños materiales o lesiones*, ni directa ni indirectamente, por lo cual la póliza correspondiente *no cubría lo ocurrido*.

Los abogados de Martina rechazaron ese argumento, con la tesis de que en el pleito se reclamaba daño moral y psicológico producto de las lesiones padecidas por la víctima.

Los jueces entendieron que, si bien es cierto que al interpretar un contrato de seguro “es preciso atenerse a los términos estrictos de las estipulaciones respectivas, puesto que el riesgo que toma el asegurador debe estar necesariamente en relación con la prima a cargo del asegurado, su interpretación debe realizarse de acuerdo con la buena fe”.

Los jueces reconocieron que la póliza se limitaba a las consecuencias directas de los daños materiales o lesiones, pero que debía evitarse la aplicación *mecánica o rígida* de lo expresado en la póliza, sin atender a la razonabilidad de su adaptación al caso concreto”. Unieron ese concepto con una noción amplia de daño (“lesión de un derecho o un interés... que tenga por objeto

la persona o el patrimonio...”) que, en su opinión, alcanza tanto al daño material o patrimonial como al moral o extrapatrimonial.

De este modo, los jueces concluyeron que el concepto de *lesiones* (cubierto por la póliza) *comprende también el daño extrapatrimonial*. En consecuencia, rechazaron la defensa de la aseguradora y la declararon solidariamente responsable con el hipermercado.

La sentencia, en lo referente a la responsabilidad del hipermercado por el maltrato a su clienta, es impecable, puesto que pone en práctica los derechos (a veces puramente declamatorios) que la ley otorga a los consumidores.

Pero, en nuestra opinión, comete un error muy grave al interpretar el contrato de seguros con la flexibilidad y extensión con que lo hizo. La propia Cámara reconoce la necesidad de atenerse *estrictamente* a lo dispuesto en la póliza de seguros, pero luego, en un giro discursivo escasamente fundado, hizo exactamente lo contrario.

Para las empresas de seguros no será una buena noticia que el alcance de sus coberturas y sus riesgos se vean irrazonablemente extendidos hasta límites de difícil cálculo y previsibilidad.

* * *

Esta nota ha sido preparada por Juan Javier Negri. Para más información sobre este tema pueden comunicarse con el teléfono (54-11) 5556-8000 o por correo electrónico a np@negri.com.ar.

**Este artículo es un servicio de Negri & Pueyrredon Abogados a sus clientes y amigos.
No tiene por objeto prestar asesoramiento legal sobre tema alguno.**