

DOS MINUTOS DE DOCTRINA

19 de agosto de 2016

¿HUMOR NEGRO?

Los casos que comentamos en estas columnas son todos reales. Éste también.

Una productora concibió y exhibió por un canal de televisión abierta un programa con un curioso guión: una voz “en off” (fuera de pantalla) señaló cuán fácil era comprar restos humanos en Buenos Aires.

El relator dijo que el programa revelaría algo así como “la trama secreta” del comercio de cadáveres, los “precios de mercado” y la identidad de los “comerciantes involucrados”.

Luego explicó que todo estudiante de medicina que se precie de tal necesita un buen esqueleto (preferiblemente completo) como compañero ideal durante toda su carrera universitaria. El programa continuó con una entrevista al Director General de Cementerios de Buenos Aires, quien explicó los requisitos necesarios para hacerse legítimamente de un difunto.

El relator aclaró que, no obstante la existencia de procedimientos reglados para llevarse a su casa los restos óseos de un congénere, no había demasiados cadáveres o esqueletos en existencia para satisfacer la ávida demanda.

A continuación, la misma voz en “off” explicó que, sin embargo, había “maneras” de acelerar el procedimiento de hacerse de un muerto, y que si el interesado tenía los

contactos suficientes, “el cadáver aparecía”.

La escena siguiente mostró una grabación (hecha con una cámara oculta) en un cementerio, en el que un supuesto estudiante de medicina, necesitado de contar con su esqueleto propio, le recordaba a un empleado municipal haber estado allí días atrás a la espera de un cadáver y que había acordado volver para adquirir uno. La voz en “off” aclaró que en ese lugar no se pedía certificado ni autorización alguna para “comprar un difunto”. También explicó que, mientras el comprador pagara el precio exigido, los restos se entregaban sin complicaciones.

La grabación mostró entonces el curioso toma y daca entre el empleado y el estudiante, ante un cajón abierto en el que aparecía “abundante mercadería”. Finalmente, por un precio ridículo, el supuesto futuro médico se hizo de su esqueleto completo y de dos preciosos cráneos. La filmación concluyó con el embolsado de costillas, cadera, fémures, mandíbula y otros restos, todo por la módica suma de cincuenta pesos.

Obviamente, la difusión del programa provocó la intervención de la justicia penal y la separación preventiva de los

empleados involucrados en el lucrativo negocio. Inmediatamente se requirió copia de toda la grabación hecha en el cementerio, pero el canal de televisión, curiosamente, dijo haberla editado y acotado el mismo día. Como consecuencia de la falta de pruebas concretas, la justicia penal absolvió a los empleados del cementerio, “porque el hecho investigado no se cometió”.

Entonces, ni lerdos ni perezosos, los empleados, heridos en su fuero íntimo, demandaron a la televisora y a la productora ante la justicia civil por daños y perjuicios.

En primera instancia se condenó a los demandados a indemnizar a los empleados. Sobre la base de la determinación hecha por el juez penal de que el hecho criminal no había existido, la sentencia entendió que la exhibición del programa “afectó el honor de los reclamantes”.

El juez dijo que se trató de un típico caso de responsabilidad extracontractual (puesto que no había contrato alguno entre el canal de televisión y los supuestos “traficantes de muertos”) y se daban los requisitos típicos del derecho civil: (1) una acción antijurídica; (2) una relación de causalidad entre la acción y el daño; (3) el daño mismo y (4) la atribución de responsabilidad subjetiva al causante del daño. Condenó a los demandados a resarcir el daño moral.

El canal de televisión y la productora apelaron.

La Cámara¹ entendió que, si bien los demandantes tenían el deber de aportar los elementos de prueba a favor de su posición,

¹ In re “B.A.A. c. Cuatro Cabezas SA” CNCiv (E), 2010; ED 17/1/12

la actitud de la productora de aportar sólo una versión parcial del contenido del programa que no abarcaba la totalidad de lo grabado a través de la cámara oculta, “puede y debe ser considerado como una presunción en su contra”.

Como se usó una cámara oculta, “es lógico suponer que el entrevistado ignoró que estaba siendo filmado y, en consecuencia, no pudo adoptar las medidas de seguridad que consideraba adecuadas —como grabar a su vez y por sus propios medios—”.

Los jueces notaron que tampoco se ofreció ni se produjo prueba que estableciera si la entrevista fue trucada o si se seleccionaron en forma arbitraria frases o palabras que alteraran el sentido de lo expresado o si se modificó la secuencia de lo conversado interpolando expresiones dichas en otro contexto. En consecuencia, *la filmación no pudo ser valorada como prueba*.

Como la justicia penal entendió que el hecho investigado no había ocurrido, según el Código Civil esa decisión ya no podía ser controvertida ante los jueces civiles: *el delito no había sido cometido, pero el programa de televisión dejó entrever que se estaba cometiendo un delito*.

En consecuencia, la difusión del programa *lesionó el honor y la dignidad de los involucrados*, aun cuando éstos no llegaran a sufrir las consecuencias de una condena penal.

La productora dijo en su defensa que correspondía *a los empleados* demostrar que el informe televisivo era falso. Pero la Cámara entendió que era aquella “quien estaba en mejores condiciones para demostrar lo contrario”. (A este modo de valorar las cosas se lo llama “teoría de las pruebas dinámicas”).

Uno de los puntos más interesantes del caso recae en el hecho de que la televisora argumentó que condenarla equivalía a violar la libertad de prensa. Para condenar a una fuente periodística, los demandantes deberían haber demostrado la *real malicia* de la productora.

Los jueces recordaron que la doctrina de la real malicia —nacida en los Estados Unidos— exige que quien cree ser víctima de un delito cometido por un medio de prensa demuestre que éste actuó a sabiendas de la falsedad de la noticia divulgada. *Pero* —dijo el tribunal— *esa teoría nació para proteger a la prensa en los casos en que la noticia se refiere a cuestiones de interés general o institucional o son sujetos de ella funcionarios o figuras públicas y en la medida que la noticia tenga interés público.*

La Corte Suprema argentina ha extendido la aplicación de la doctrina de la real malicia a los simples particulares sólo cuando éstos *se involucran voluntariamente en asuntos de interés público, las noticias sean inexactas, difamatorias, falsas o agraviantes y relativas a temas de interés general.*

En este caso, la Cámara reconoció que el tráfico ilegal de esqueletos tenía interés general, pero no se cumplía el restante requisito: *los demandantes no eran*

funcionarios públicos ni figuras públicas, y no se involucraron voluntariamente en el tema en cuestión. Por lo tanto, no correspondía invertir la carga de la prueba y exigirles que demostraran que el canal de televisión obró con conciencia de que el informe era falso.

Entonces, quien debió haber probado que el delito existió fue el canal de televisión. Y si bien éste no produjo el programa, fue quien aportó la señal televisiva, los estudios de grabación y la dirección, participó de las ganancias y tenía el derecho de supervisar su calidad y decidir sobre su difusión. Los acuerdos entre la productora y el canal, para las víctimas, no tenían efecto alguno (“eran inoponibles”, en la jerga).

Por consiguiente, la Cámara confirmó la condena al canal y a la productora a indemnizar a los empleados del cementerio por el daño moral sufrido, pero redujo el monto. Después de todo, el segmento del programa donde se tocaba el tema de la venta de esqueletos había durado tan sólo cinco minutos....

Pero... ¿qué habría pasado si el canal de televisión hubiera aportado toda la grabación y demostrado que no había sido adulterada? ¿Habría habido condena penal? Y en caso positivo, ¿se habrían animado los empleados a sostener que, pese a haber sido condenados por vender muertos, habían sufrido daños en su honor?

* * *

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.**