

S u p r e m a C o r t e :

La presente contienda negativa de competencia suscitada entre los titulares del Juzgado Nacional en lo Criminal y Correccional N° 59 y del Juzgado Nacional en lo Criminal y Correccional Federal N° 3, se originó con la denuncia de Enrique Agustín C , presidente de la empresa “C S.A.”.

En ella refirió que, a través del sistema de mensajería de la aplicación “Whatsapp”, comenzó a circular entre los clientes de la empresa, una promoción falsa a nombre de C S.A. que engañó a varias personas (fs. 2/5 y 12/37).

El magistrado local entendió que el hecho encuadraba en los delitos de estafa en concurso ideal con el art. 31 inc. b) de la ley 22.362 y declinó la competencia material a favor de la justicia federal (fs. 39/41).

Éste, por su parte, rechazó tal atribución al considerar que para que exista afectación a la ley 22.362 debía comprobarse la utilización de una marca ajena sobre un producto específico, circunstancia que no se presentaba en el caso (fs. 45/47).

Vuelto el legajo al tribunal de origen, su titular insistió en su criterio, tuvo por trabada la contienda y, finalmente, la elevó a la Corte (fs. 48/49).

Sin perjuicio del criterio expuesto por esta Procuración General en el dictamen emitido el 15 de marzo de 2016 en la causa CFP 9688/2015/1/CA1-CS1) *in re* “José Mármol 824 (ocupantes de la finca) s/incidente de incompetencia”, en virtud de la vista conferida y en razón de lo resuelto por V.E. el 12 de junio de 2018 en el referido incidente, corresponde que me pronuncie en la contienda suscitada.

Conforme sostiene el Tribunal desde antiguo (Fallos: 144:336) la falsificación, que es la reproducción indebida de una marca o de su parte esencial característica y también su imitación, que consiste en la adopción de los trazos más salientes de otra marca, con supresión de los detalles secundarios, persigue el doble propósito de inducir en error a los consumidores, o bien explotar en forma desleal el trabajo del titular de la marca.

En este sentido, no advierto que este supuesto se verifique en el caso, ya que la mera mención de una marca por mensaje de telefonía celular sin otro aditamento ni imitación del entorno en que dicha empresa presta su servicio con marca registrada, no constituye afectación en los términos indicados aún cuando tenga como intención provocar un error en la víctima.

En tales condiciones, si de las constancias del incidente no surge la posible aplicación de las disposiciones penales de la ley 22.362, que habilitarían la competencia federal, corresponde a la justicia local continuar conociendo en la causa (Conf. Fallos: 331:62, 323:870, 322:658 entre otros).

Buenos Aires, 15 de noviembre de 2019.

ES COPIA

EDUARDO EZEQUIEL CASAL


ADRIÁN M. MARCHISIO
Subsecretaría Administrativa
Presidencia General de la Nación