



RC - CAMARA DE APELACIONES EN LO CATYRC - SALA 4 MESA DE ENTRADAS
ROITMAN, FACUNDO JOEL Y OTROS CONTRA CRUISELINE SRL SOBRE CONTRATOS Y DAÑOS - RC -
PUBLICIDAD

Número: EXP 104842/2024-0

CUIJ: EXP J-01-00104842-9/2024-0

Actuación Nro: 2343019/2025

En la Ciudad de Buenos Aires, nos reunimos los integrantes de la Sala IV de la Cámara de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo, Tributario y de Relaciones de Consumo para resolver los recursos de apelación interpuesto por Cruiseline SRL (en adelante, Cruiseline) en los autos caratulados “*Roitman, Facundo Joel y Otros c. Cruiseline SRL s/Contratos y Daños- RC- Publicidad*”, N° 104842/2024-0. Realizado el sorteo, nuestra decisión se expresa en el siguiente orden: Lisandro Fastman, Nieves Macchiavelli y Laura Perugini.

A la cuestión planteada, el juez Lisandro Fastman dijo:

1. Toda vez que los antecedentes y las cuestiones a decidir fueron adecuadamente consideradas en el Dictamen N° 587-2025 del Ministerio Público Fiscal (en adelante MPF; v. actuación N° 728579/2025), cuyas conclusiones en lo sustancial comparto, corresponde remitirse al relato efectuado y a la solución allí propuesta.

En consecuencia, corresponde rechazar el recurso de apelación de la parte demandada, y confirmar la sentencia apelada, con costas a la demandada vencida (art. 65 CPJRC).

A la cuestión planteada, la jueza Nieves Macchiavelli dijo:

1. A fin de evitar reiteraciones innecesarias, me remito al relato de antecedentes expuesto en el Dictamen del MPF ante esta Cámara.

2. Expuesto ello, cabe advertir en primer término que la presente demanda fue iniciada con el objeto de denunciar una publicidad prohibida, en tanto, como se expuso, emitía “información errónea y lesiva a los consumidores”.

En virtud de ello es que la sentencia de primera instancia resolvió hacerle lugar en los términos del art. 1101, inc. a) del Código Civil y Comercial de la Nación (en adelante CCyCN), el Decreto N°274/09 y la Ley N°26104.

3. Aclarado lo anterior, opino que el recurso debe ser parcialmente admitido, por las razones que a continuación expongo.

3.1. En esencia, tres son los argumentos que el juez consideró probados para admitir la demanda.

Por un lado, sostuvo que “la empresa demandada comercializa en carácter de intermediaria, viajes en crucero a operados por distintas navieras, por lo que forman parte de la cadena de comercialización de bienes y servicios, lo que permite encuadrarla como proveedora, en los términos del artículo 2 de la ley 24.240 la empresa demandada era intermediaria” (considerando IX).

Por otro lado, consideró que “las publicidades de cruceros que hacen referencia al territorio de las Islas Malvinas y Georgias del Sur como pertenecientes al Reino Unido son ilícitas, en virtud de que son contrarias a la manda constitucional que dice que la Nación Argentina ratifica su legítima e imprescriptible soberanía. Asimismo, afectan la dignidad colectiva del pueblo argentino y son contrarias al sistema de valores y derechos reconocidos por la Constitución Nacional y por las leyes citadas” (considerando XIV 2.c). Por ello, la sentencia concluyó que la información proporcionada no sólo brindó información errónea sobre la soberanía de las islas, sino que incluían afirmaciones sobre los destinos del viaje y ello, fue considerado con entidad suficiente para inducir a error a los consumidores que pretenden contratar la travesía en el crucero.

Por último, también consideró que las publicidades cuestionadas incluían imágenes que no se correspondían con los destinos efectivamente ofertados. Ello también fue valorado como un supuesto de publicidad prohibida, en tanto podía confundir al consumidor acerca de las características esenciales del servicio turístico ofrecido.

En su recurso, la parte demandada sostuvo que la sentencia la condena por “publicidad ilícita” al considerar falsa la información relativa a la soberanía sobre las Islas Malvinas, cuando de los propios fundamentos del fallo surge que el conflicto continúa siendo materia de debate en el ámbito internacional y que los organismos competentes siguen instando a las naciones involucradas a resolverlo pacíficamente, reconociendo además la ocupación colonial británica.

En ese contexto, afirmó que no existe hecho ilícito imputable a su parte, puesto que su mandante no fija ni está obligada a fijar postura alguna sobre la cuestión de la soberanía al ofrecer los servicios.

Sostuvo además que su único deber es brindar a los consumidores información completa y veraz sobre las características del servicio a contratar, lo que en

el caso cumplió al consignar —tal como lo hace la empresa Celebrity Cruises— que las paradas en las Islas Malvinas son consideradas visitas al Reino Unido.

Entiende, por ello, que la información publicada es veraz y suficiente para que los argentinos puedan decidir libremente si, en esas condiciones, desean adquirir o no el servicio, sin configurarse falsedad ni publicidad engañosa.

3.2. Cabe precisar previo a todo que la parte demandada no ha incluido agravio alguno relacionado con las imágenes publicitadas, las cuales la sentencia ha tenido por probado que no se condicen con los destinos turísticos ofertados y su violación con ello de las disposiciones de la Ley N°26104. Por ello, toda vez que lo decidido en tal aspecto no ha sido materia de agravio, no será revisado por el tribunal.

3.3. El agravio vinculado con la alegada condición de intermediaria debe ser rechazado por cuanto, a diferencia de lo sostenido por la parte en su recurso, tal defensa fue expresamente tratada en la sentencia la cual, con fundamento en el artículo 2° de la Ley N°24240, consideró que integra la cadena de comercialización y, por ende, reviste el carácter de proveedora (considerando IX).

Al respecto, la parte demandada no aportó argumentos jurídicos que desvirtúen esa conclusión, limitándose a reiterar los planteos ya analizados y debidamente rechazados. En consecuencia, corresponde confirmar la sentencia en tal aspecto.

3.4. Con relación a la mención del “Reino Unido” como país de destino y la falsedad que se le atribuye en tal aspecto, corresponde poner en contexto la publicidad cuestionada. En efecto, la sentencia tuvo por acreditado que la parte demandada difundió la promoción de un viaje marítimo operado por una empresa extranjera, inserto en un circuito internacional comprensivo de diversos puertos de escala. Por lo tanto, no se ha demostrado que el objeto publicitario tuviera por finalidad emitir juicios políticos, históricos o jurídicos acerca de la titularidad o soberanía de las Islas Malvinas, sino que se limitó a describir uno de los destinos incluidos en el itinerario propuesto.

Por lo tanto, la publicidad analizada no reviste naturaleza política, institucional ni diplomática, sino que se inscribe en el ámbito estrictamente comercial de la promoción de un servicio turístico.

Visto así, el dato publicitado no puede ser calificado como falso ya que la inclusión de la referencia al “Reino Unido” en el itinerario alusivo a la escala del crucero en las Islas Malvinas solo involucró una descripción objetiva de uno de los destinos

comprendidos en el recorrido turístico. Cabe indicar en tal aspecto que es un hecho público y notorio que las Islas Malvinas se encuentran bajo ocupación británica, circunstancia ilegítima y repudiable, pero objetiva en términos de administración del territorio. Ello conlleva que las operaciones portuarias, aduaneras y migratorias vinculadas a la actividad turística en el archipiélago se rijan, en la práctica, por las autoridades del Reino Unido.

En el contexto descripto, considero que la referencia a dicha jurisdicción no constituye un dato falso, sino la constatación de las condiciones objetivas administrativas y operativas bajo las cuales se promocionó el servicio. La información publicitada, desde esta perspectiva, se circunscribió al itinerario real del viaje y no resulta engañosa por el solo hecho de reflejar una situación fáctica que nuestra Constitución Nacional reconoce como ilegítima desde el punto de vista soberano.

Por lo expuesto, no se configura el supuesto previsto en el artículo 1101, inciso a) del CCyCN. Ello, dado que, en este caso, no se verifica la difusión de un dato falso desde la perspectiva estrictamente vinculada con la promoción de un destino turístico.

Por lo demás, tal referencia no altera ninguno de los elementos esenciales del servicio como ser el destino-en tanto se especificó la visita a las Islas Malvinas-, el itinerario, la duración y demás condiciones de contratación, no cuestionadas. En consecuencia, la publicidad tampoco resulta apta para inducir a error a los potenciales consumidores ya que el régimen previsto en el ya referido artículo 1101 del CCyCN y en el Decreto N° 274/09 tienen por finalidad proteger al consumidor frente a la publicidad que pueda inducirlo a error respecto de las características esenciales del bien o servicio ofrecido, no frente a enunciaciones de contenido político que exceden el marco propio de la relación de consumo. Por ello, la información cuestionada carece del potencial de alterar la comprensión del servicio turístico ofrecido o de afectar la decisión económica de los consumidores.

4. Por lo expuesto voto por hacer lugar parcialmente al recurso de Cruiseline S.R.L en lo que refiere a la orden de modificar el destino de los itinerarios publicitados y rechazarlo en lo restante.

Imponer las costas en un 50% a la parte demandada, en virtud de la forma en que se resuelve (conf. arts. 65 y 66 CPJRC).

A la cuestión planteada, la jueza Laura Perugini dijo:

1. El magistrado de primera instancia hizo lugar a la demanda incoada por el Sr. Facundo Joel Roitman y la Sra. Melisa Guevara y, en consecuencia, ordenó a Cruiseline que eliminase los aspectos ilícitos de los mensajes publicitarios y rectificase toda publicidad que no cumpliera con los estándares legales del derecho argentino.

En esta misma línea, dispuso que publicase un aviso rectificatorio en las páginas web de su propiedad y en sus redes sociales, y que remitiera una comunicación a cada persona consumidora que haya contratado el viaje en cuestión, en los términos de la decisión judicial.

A su vez, ordenó que toda publicación futura donde se ofertase un viaje con escala en las Islas Malvinas, las Islas Georgias o a las Islas Sándwich del Sur, se indicara como país destino la República Argentina y se omitiera cualquier referencia al Reino Unido.

En síntesis, para así decidir, luego de reseñar la normativa aplicable y los elementos probatorios de la causa, consideró que la publicidad que identificaba a las Islas Malvinas como “Falkland Islands” o “Reino Unido”, era ilícita en tanto contradecía directamente la Constitución Nacional, que reconoce la soberanía argentina sobre dicho territorio y otras normas nacionales.

Además, sostuvo que en el caso particular de *“las Islas Malvinas y de las Islas Georgias del Sur, no se indica que pertenecen a la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, infringiendo las previsiones de Ley N° 26.104”*.

Desde la perspectiva del derecho consumeril, concluyó que se trataba de publicidad engañosa ya que inducía a error sobre un dato esencial —el país que se visitaba—, utilizando denominaciones incorrectas, omitiendo información relevante y empleando imágenes falsas en total contrariedad con las disposiciones de la Ley de Defensa del Consumidor (en adelante, LDC) y del Código Civil y Comercial de la Nación (en adelante, CCyCN; actuación N° 71414/2025).

2. Cruiseline apeló esta decisión.

En su pieza recursiva cuestionó la responsabilidad endilgada por el *a quo* quien, a su entender, no habría tenido en cuenta que la empresa actuaba únicamente como una agencia de viajes intermediaria que comercializaba los servicios brindados por las

distintas navieras y que, en definitiva, eran éstas últimas las que determinaban los itinerarios de cada viaje que se ofrecía.

En este contexto, sostuvo que solo “*se limita[ba] a reproducir publicidad e información de terceros, en el caso que nos ocupa Celebrity Cruises*”.

Agregó que la condena se tornaba “*materialmente imposible [de] cumplir*”, puesto que no podía modificar los itinerarios ni ingresar en la esfera del derecho que tiene la empresa buquera, en este caso, de origen griego.

Además, señaló la inexistencia de nexo causal entre la conducta desplegada en la oferta del servicio y la publicidad ilícita argumentando que se equivocaba el *a quo*, al entender que “*el hecho de que se publique un itinerario de un crucero donde la visita a aquellas [las Islas Malvinas] figura como destino a Reino Unido (...) podría llevar a un error a los consumidores respecto a la soberanía sobre las mismas (...) puesto que no existe un sólo argentino que tenga duda sobre lo que las Malvinas significan para nuestra República, costando imaginar que por la publicación de un itinerario de un crucero que brinda una empresa extranjera se pueda equivocar un argentino sobre la soberanía de las mismas*”.

Por otra parte, alegó que la manda judicial resultaba contraria a lo dispuesto en la normativa consumeril respecto del deber de información y publicidad engañosa toda vez que, si un consumidor contrataba a través de su sitio web un crucero de Celebrity Cruises creyendo que visitaría territorio argentino al contener una parada en las Islas Malvinas, luego de contratado el servicio se enteraría que en realidad la empresa naviera “*considera la parada en las islas como ingreso a territorio británico*”.

Finalmente, expresó que “*a nivel internacional, la soberanía sobre las Islas Malvinas es un debate que debe darse, que aún no encuentra resolución definitiva y que no hay norma aplicable a las empresas buqueras que les exija reconocer el destino a las Islas Malvinas como destino a territorio argentino*” (actuación N° 112962/2025).

3. Posteriormente, y luego de ciertas contingencias procesales, el expediente pasó a resolver (actuación N° 743484/2025).

4. Previo a todo, resulta esencial puntualizar que las juezas y los jueces no estamos obligados a analizar todas y cada una de las argumentaciones de las partes, sino tan sólo aquéllas que sean conducentes y posean relevancia para decidir el caso (conf.

Corte Suprema de Justicia de la Nación, —en adelante, CSJN—, *Fallos*: 306:444; 302:235; 301:676; 300:535; 272:225; entre muchos otros).

5. Asentado ello, adelanto que comparto la solución propuesta por el juez Lisandro Fastman en su voto, por los siguientes fundamentos.

En su pieza recursiva, la empresa sostuvo que en el caso en particular interviene como una mera agencia intermediaria que únicamente se limita a reproducir la información provista por la empresa buquera —en este caso, Celebrity Cruises—, y que no posee capacidad para modificar la denominación de los destinos.

Además, que contrariamente a lo dispuesto por la normativa consumeril, la imposición judicial de adecuar la publicidad y comunicaciones implicaría inducir a error a las personas consumidoras y, a su vez, le generaría conflictos contractuales con el prestador del servicio.

Ahora bien, tal como sostuvo el juez de grado al momento de fundar su decisión, la Disposición Transitoria Primera de nuestra Constitución Nacional reconoce expresamente la soberanía argentina sobre las Islas Malvinas, Georgias del Sur, Sándwich del Sur y los espacios marítimos e insulares correspondientes, por ser **parte integrante del territorio nacional**, y califica esta reivindicación como un objetivo “*permanente e irrenunciable del pueblo argentino*” (el destacado me pertenece).

Esta disposición, introducida tras la reforma constitucional de 1994 por voluntad de la Convención Constituyente, establece un doble y claro mensaje. Por un lado, ratifica la legítima e imprescriptible soberanía argentina sobre dichos territorios afirmando que son parte del territorio nacional y por el otro, impone a los poderes públicos —y por extensión a todos los que actúan jurídicamente dentro de nuestra Nación—, un mandato de reivindicación pacífica, permanente e irrenunciable, en concordancia con los parámetros establecidos por el derecho internacional.

Respecto de la naturaleza transitoria de dicha disposición, valiosa doctrina ha sostenido que en modo alguno disminuye su jerarquía frente al resto de las cláusulas de la ley suprema. Por el contrario, dicho carácter refiere únicamente a su vigencia, condicionada al objetivo que le dio origen “*la D. T. 1° CN, reivindicativa de los legítimos derechos de la Nación Argentina frente al usurpador británico de las Islas Malvinas, Georgias y Sándwich del Sur que dejará de tener vigencia cuando se produzca la efectiva recuperación de esos territorios*” (Quiroga Lavie, H., Benedetti, M. A. y Cenicacelaya,

M.N. “*Derecho Constitucional Argentino*” Segunda Edición. 2009. Editorial Rubinzal Culzoni, Tomo I p. 79).

En efecto, la Disposición Transitoria Primera constituye la piedra basal que define y estructura el rumbo soberano, estableciendo el mandato constitucional que guía las políticas exteriores de nuestro Estado, determinando un marco interpretativo del territorio nacional y condicionando la validez de las denominaciones y actores jurídicos que hagan referencia a dicho territorio dentro del ámbito interno.

En este contexto, la Constitución Nacional, no solo reivindica nuestra soberanía sobre las Islas Malvinas, Georgias del Sur, Sándwich del Sur y los espacios marítimos e insulares correspondientes por ser parte integrante del territorio nacional, sino que también, establece un mandato vinculante y permanente de preservación en todos los ámbitos. Esto incluye —como en el presente caso—, los planos comerciales y comunicacionales donde la referencia a dicho territorio pueda impactar sobre la coherencia del orden jurídico argentino.

A la luz de ello, toda vez que no se ha producido la recuperación del ejercicio pleno de soberanía sobre dicho territorio, la vigencia, obligatoriedad y operatividad de dicha cláusula son indiscutibles. Toda actuación que pretenda desconocer, sustituir o relativizar la titularidad de la República Argentina sobre las Islas Malvinas, Georgias del Sur, Sándwich del Sur y los espacios marinos circundantes, resulta incompatible con la supremacía constitucional y con el principio de coherencia normativa que rige la actuación tanto estatal como la de los particulares.

Es por ello que, el uso de publicidad o información dentro del territorio argentino, que contradiga en este aspecto al texto constitucional implica una infracción objetiva al orden jurídico vigente.

6. Ahora bien, en lo que respecta a la normativa consumeril aplicable al caso bajo estudio, cabe recordar que los proveedores tienen la obligación de suministrar información en forma “*cierta, clara y detallada*” de todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que proveen (art. 4 LDC).

Asimismo, que se encuentra prohibida toda publicidad que “*a) contenga indicaciones falsas o de tal naturaleza que induzcan o puedan inducir a error al consumidor, cuando recaigan sobre elementos esenciales del producto o servicio*” (art. 1101 del CCyCN).

En ese escenario, de manera previa, es preciso aclarar que, si bien la recurrente intentó exonerarse de responsabilidad argumentando su carácter de agencia de viaje intermediaria, este planteo bajo ningún concepto encuentra sustento en el plexo normativo de protección al consumidor. La empresa, al publicitar y ofrecer un servicio interviene de manera activa y esencial en la cadena de comercialización, asumiendo un rol operativo del que no puede desvincularse. En consecuencia, debe garantizar de manera objetiva la provisión de información veraz, clara y detallada, así como de publicidad inequívoca.

Cabe destacar que la intermediación comercial no elimina la responsabilidad, ni mucho menos, autoriza la reproducción automática de información provista por un tercero, que no resulta compatible con el orden jurídico argentino.

6.1. Aclarado ello, es oportuno señalar que, tal como sostuvo el juez de grado, los elementos probatorios de la causa, como así también, la página web www.crucero.com.ar, administrada por la agencia de viajes Cruiseline, evidencian que — incluso en la actualidad— se promocionan distintos servicios turísticos que presentan a las Islas Malvinas como parte del “Reino Unido”, y utilizan la nomenclatura británica, como “Port Stanley” (v. <https://www.crucero.com.ar/c-25-celebrity-cruises/pd-48-buenos-aires>) o “West Point Island Falkland” (v. <https://www.crucero.com.ar/f-9429779-hx-expeditions-ms-fram-sudamerica>), sin mostrar las denominaciones argentinas correspondientes, “Puerto Argentino” o “Isla Remolinos” .

Asimismo, al observar el mapa gráfico consignado en ambos itinerarios, se advierte nuevamente el uso de toponimia británica dentro del territorio insular argentino, como “New Island”, “Godthul” o “Carcass”, cuando, por ejemplo, este último debería haberse registrado como “Isla del Rosario” conforme a la nomenclatura elaborada y aprobada por la Dirección de Geografía del Instituto Geográfico Nacional, junto con el área de Toponimia del Servicio de Hidrografía Naval (v. <https://www.ign.gob.ar/descargas/Islas%20Malvinas%20-%20Toponimia.pdf>.)

En este contexto, respecto de los mapas gráficos que contiene la página web, es pertinente señalar que se encuentra prohibida la publicación de cualquier tipo de mapa que describa o represente el territorio de la República Argentina sin la aprobación previa del Instituto Geográfico Nacional, siendo punible dicha conducta si la divulgación contiene inexactitudes geográficas que menoscaben la integridad del territorio nacional.

En efecto, lo advertido no solo quebranta el deber de información cierta, veraz y adecuada e induce a error sobre un elemento esencial —es decir, el país de destino—, configurando un supuesto de publicidad engañosa contrario a lo dispuesto en los artículos 4 de la LDC y 1101 del CCyCN, sino que además contiene inexactitudes geográficas que contradicen la Disposición Transitoria Primera de nuestra Carta Magna y, en consecuencia, menoscaban la integridad del territorio nacional.

6.2. En relación con el agravio por el cual la recurrente sostiene que ningún argentino podría confundirse sobre la soberanía de las islas, cabe señalar que el estándar legal no se forja sobre la sensibilidad patriótica de las personas consumidoras, sino sobre la posibilidad objetiva de inducir a error, lo que claramente sucede con las publicaciones cuestionadas.

6.3. Por último, respecto de la afirmación de que cumplir con la manda obligaría a brindar información falsa sobre el contenido final del servicio, corresponde reiterar que la oferta publicitada en la República Argentina debe ajustarse al ordenamiento jurídico local, una obligación mínima y elemental de todo proveedor de bienes y servicios.

Ningún proveedor, sea cual fuere su nacionalidad, puede operar en la República Argentina al margen de la normativa local. Quien elige ofrecer bienes y servicios en nuestro país debe respetar plenamente el orden jurídico vigente.

Nada impide, sin embargo, que la empresa informe, si lo estima necesario, que la escala se realizará en territorio argentino bajo ocupación británica de facto, lo cual se adecua tanto al mandato constitucional como a la información veraz exigida por la normativa consumeril.

7. En definitiva, la publicidad difundida por la recurrente configura un supuesto de publicidad engañosa por cuanto presenta como perteneciente al Reino Unido un destino que forma parte del territorio nacional, induciendo a error sobre un elemento esencial del servicio, esto es el país al cual la persona consumidora será trasladada.

Esta conducta, no es menor, altera la percepción del destino, oculta la normativa aplicable y contradice abiertamente la soberanía reconocida por el orden jurídico vigente.

En este marco la decisión del juez de grado, que ordenó la rectificación integral de las publicaciones ilícitas y el cese de toda comunicación que no se adecue a

los parámetros establecidos por el derecho argentino, se encuentra plenamente ajustada a la prueba y al derecho aplicable.

En efecto, no habiendo logrado rebatir tales fundamentos, corresponde rechazar el recurso de apelación intentado por Cruiseline S.R.L, con costas (art. 65 CPJRC).

Por ello, el tribunal —por mayoría— **RESUELVE: 1)** Rechazar el recurso de apelación interpuesto por Cruiseline S.R.L. y, en consecuencia, confirmar la resolución apelada. **2)** Imponer las costas a la parte demandada vencida (art. 65 CPJRC).

Cumplase con el registro (Res. CM 19/2019). Notifíquese electrónicamente por Secretaría a las partes —con copia del dictamen fiscal— y al Sra. Fiscal de Cámara por la misma vía.

Oportunamente devuélvase al juzgado de origen.



Poder Judicial
Ciudad de Buenos Aires