



Morcillo, Fernández
y Asociados

ABOGADOS · POSADAS · MISIONES

PROTOCOLO MODELO DE ACTUACIÓN ANTE GRABACIONES NO AUTORIZADAS AL PERSONAL

*Régimen jurídico, política interna y procedimiento operativo escalonado, aplicable a
comercios y empresas de atención al público*

Documento modelo elaborado por:

MFA ABOGADOS — MORCILLO, FERNÁNDEZ Y ASOCIADOS

Para su adaptación a comercios, locales de atención al público y empresas de servicios

Posadas, Misiones, Argentina

Versión modelo 1.1 — Septiembre de 2026

Presentación del modelo

Cada vez es más habitual que un cliente filme o grabe en audio al personal de un comercio o de una empresa de atención al público, ya sea para documentar un reclamo legítimo o, en otros casos, como forma de presión o de exposición pública inmediata. La reacción improvisada del personal frente a esa situación — discutir, tapar la cámara, negarse a atender— suele agravar el conflicto y generar una exposición legal mayor que la propia grabación.

Este documento es un modelo institucional desarrollado por MFA Abogados, pensado para que cualquier empresa con atención al público pueda adaptarlo a su actividad concreta. Integra, bajo un único criterio jurídico verificado, la normativa civil, penal, laboral y de defensa del consumidor efectivamente vigente en la República Argentina, con la jurisprudencia aplicable identificada y, donde corresponde, con la advertencia expresa de qué es doctrina u opinión y qué es precedente firme.

Incluye un procedimiento operativo escalonado, guiones de respuesta verbal, modelos de cartelería, una ficha de registro de incidentes, un protocolo de urgencia ante difusión efectiva y recomendaciones de implementación, de modo que pueda incorporarse directamente al manual de procedimientos internos de cualquier empresa, ajustando únicamente los datos propios de cada actividad (rubro, sectores del local, canales de contacto).

MFA Abogados queda a disposición para adaptar este modelo a la actividad específica de cada empresa, dictar la capacitación correspondiente al personal, y actualizarlo ante cualquier novedad normativa o jurisprudencial relevante.

MFA Abogados — Morcillo, Fernández y Asociados

Índice

1. Introducción y objetivos del protocolo
2. Protocolo operativo escalonado
3. Situaciones especiales (entregas o eventos distendidos, menores, prensa, peritos, WhatsApp)
4. Casos prácticos de aplicación
5. Guiones modelo de respuesta verbal
6. Cartelería sugerida para el local de atención al público
7. Ficha de registro interno de incidentes
8. Recomendaciones de implementación
9. Anexo I — Consentimiento informado del empleado
10. Anexo II — Protocolo de urgencia ante difusión efectiva
11. Anexo III — Hoja resumen para capacitación
12. Marco legal aplicable (fundamento jurídico — uso de gerencia y archivo)
 - 12.1. Encuadre penal: captación de la propia conversación y difusión posterior
 - 12.2. Derechos personalísimos — Código Civil y Comercial de la Nación
 - 12.3. Ley de Contrato de Trabajo — poder de dirección y deber de seguridad
 - 12.4. Ley de Defensa del Consumidor — trato digno y límite al derecho de admisión
 - 12.5. Protección de datos personales — voz e imagen del empleadoCuadro comparativo del régimen normativo aplicable
13. Fundamento y límites de la política interna de la empresa
14. Fuentes normativas, jurisprudenciales y doctrinarias

1. Introducción y objetivos del protocolo

El presente protocolo establece el marco jurídico y el procedimiento operativo unificado que el personal de un comercio o empresa de atención al público —sector de ventas, mostrador de atención al cliente, sector técnico o de servicio— debe seguir cuando un cliente o visitante pretenda fotografiar, filmar o grabar en audio al personal sin autorización previa, así como frente a reclamos comerciales que se planteen bajo esa modalidad (garantías, trabajos o servicios contratados a terceros, demoras de entrega, etc.). Se presenta como modelo de referencia, para que cada empresa lo adapte a su actividad, a sus sectores concretos y a su propia denominación.

El documento persigue cuatro objetivos concretos:

- Proteger los derechos personalísimos del personal —imagen, voz e intimidad— reconocidos por el Código Civil y Comercial de la Nación, sin que ello implique desatender el reclamo legítimo del cliente.
- Dotar al personal de un procedimiento desescalado, homogéneo y con frases estandarizadas, para evitar reacciones improvisadas que agraven el conflicto.
- Garantizar el cumplimiento del deber de trato digno hacia los consumidores (art. 8 bis, Ley N° 24.240), evitando conductas que puedan derivar en sanciones administrativas o en la aplicación de daño punitivo (art. 52 bis, Ley N° 24.240).
- Fijar pautas claras y verificables para la conservación de prueba (videovigilancia institucional, actas internas) ante un eventual reclamo administrativo o judicial, ya sea que lo inicie el cliente o que la propia empresa deba defenderse de una difusión lesiva.

2. Protocolo operativo escalonado

Ante un cliente que filma o graba al personal dentro del establecimiento en el marco de una gestión, consulta o reclamo, se aplicará el siguiente procedimiento en cuatro fases. El objetivo no es "ganar" la discusión sobre si el cliente tiene o no derecho a grabar, sino sostener la atención al reclamo por una vía que no exponga innecesariamente al empleado. Este protocolo no rige para entregas de producto o eventos distendidos en los que el propio cliente busca fotografiar o filmar la experiencia, un momento distinto que se trata en el punto 3.1.

Principios rectores

- No confrontar ni prohibir de forma tajante o agresiva: una negativa hostil suele agravar la situación y termina, paradójicamente, en el video que se quería evitar.
- Distinguir siempre el motivo: reclamo de consumo o documentación de un problema real (aquí la empresa tiene menos margen para negarse a atender) frente a hostigamiento, amenaza de escrache o filmación sin ningún reclamo de por medio (aquí hay más margen para pedir el cese).
- Nunca tocar el teléfono del cliente ni el dispositivo, ni exigirle que borre contenido delante del personal: puede constituir una vía de hecho y generar responsabilidad propia de la empresa (coacción, daño al dispositivo, privación de la libertad si se retiene a la persona).

- Ofrecer siempre una alternativa igualmente idónea para dejar constancia del reclamo (Libro de Quejas, nota por escrito, correo institucional, oficina sin cámara), de modo que pedir el cese de la grabación nunca equivalga a negarse a atender.
- Escalar, no litigar en el mostrador: el empleado de línea no discute con el cliente si tiene o no derecho a grabar su propia conversación (la respuesta jurídica depende del contexto y no se resuelve en el mostrador; ver punto 12); su única función es aplicar el guion (sección 5), pedir cortésmente que no se publique lo grabado, y derivar al responsable que corresponda.
- Reclamos de garantía o de trabajos y servicios tercerizados a un proveedor externo: no se discute la cobertura ni se dan explicaciones definitivas frente a cámara. Se informa el estado general de la gestión, se ofrece continuar sin grabación, y se deriva el detalle técnico al procedimiento formal correspondiente (orden de trabajo, informe técnico), evitando comentarios espontáneos sobre el proveedor externo que puedan comprometer a la empresa o al tercero.

Fase 1 — Detección y aviso inicial (empleado de atención directa)

1. El empleado advierte que el cliente enciende la cámara, el celular queda apuntando o menciona "lo estoy grabando".
2. Mantiene la calma y el tono profesional; no interrumpe de forma brusca la explicación técnica o comercial en curso.
3. Informa de manera clara, neutra y cortés, con el Guion N° 1 (sección 5), que la política de la empresa resguarda la imagen y voz del personal, y ofrece continuar la atención sin grabación.
4. Ofrece de inmediato una alternativa igualmente válida: dejar el reclamo por escrito (Libro de Quejas / correo institucional) o derivar la conversación a un responsable.

Fase 2 — Intervención gerencial (responsable de sector / gerente)

Se activa si el cliente insiste en mantener el dispositivo encendido, se torna prepotente, o invoca "tener derecho a grabar porque está reclamando":

5. El empleado de recepción cede la atención indicando: "Permítame un momento, voy a solicitar que lo atienda el/la responsable de sector / gerente".
6. El responsable se apersona de inmediato y asume la conversación.
7. Reitera la posición institucional con el Guion N° 2 (sección 5): el personal prefiere no ser grabado, sin necesidad de citar normas frente al cliente, y ello no implica negarse a atender el reclamo.
8. Propone nuevamente una alternativa formal: apagar la cámara para continuar en el mostrador, o pasar a una oficina sin dispositivos, o dejar el reclamo por escrito.

Fase 3 — Cierre de la atención presencial y solicitud de retiro

Se activa únicamente ante conducta hostil o disruptiva: insultos, amenazas, alteración del orden del sector de atención o el sector técnico, o negativa a identificarse o a retirarse cuando corresponde. **La sola persistencia pacífica del cliente en grabar, sin agresión ni desorden, no habilita esta fase:** en ese supuesto la atención continúa por la vía que ofrece la Fase 2 (oficina sin cámara, reclamo por escrito), sin interrumpir el servicio.

9. El gerente comunica el cierre de la atención presencial de la jornada con el Guion N° 3 (sección 5), dejando expresamente abierta la vía escrita o administrativa para el reclamo.
10. Se solicita amablemente que la persona se retire del establecimiento, en ejercicio del derecho de admisión y permanencia, dejando constancia interna del episodio.
11. Si la persona se niega a retirarse o la situación deriva en violencia, se da aviso de inmediato al personal de seguridad o a la autoridad policial, dejando constancia de que el motivo es la alteración del orden y no la sola grabación.

Fase 4 — Resguardo probatorio e investigación interna

Concluido el incidente —incluso si no llegó a la Fase 3—, la gerencia ejecuta de inmediato:

- **Resguardo de CCTV propia:** solicita al área de sistemas/seguridad que extraiga y respalde en soporte digital las imágenes de las cámaras institucionales correspondientes al día, hora y sector del hecho, antes de que se sobrescriban.
- **Ficha de registro del incidente:** se completa el formulario de la sección 7, firmado por el personal interviniente y, de haberlo, un testigo (el respaldo de CCTV suple la necesidad de reunir varios testigos en un mostrador de dos o tres personas).
- **Informe técnico del producto o servicio:** si el reclamo versaba sobre un trabajo o servicio contratado (por ejemplo, uno tercerizado a un proveedor externo), se elabora un informe —fotográfico, si corresponde— del estado actual del bien o del servicio prestado, para sustentar la respuesta técnica ante una eventual actuación de Defensa del Consumidor.
- **Derivación al estudio jurídico — disparadores concretos:** se remite de inmediato la ficha y el respaldo de CCTV a MFA Abogados cuando se verifique cualquiera de estos supuestos: (i) difusión efectiva del contenido en redes, medios o plataformas; (ii) amenaza concreta de difundir, identificando cuenta, red o medio; (iii) agresión física o verbal grave hacia el personal; o (iv) grabación de un tercero ajeno a la interacción (Caso D, sección 4). Fuera de estos supuestos, el incidente queda registrado en la ficha y no requiere intervención del estudio.
- **Hostigamiento reiterado al mismo dependiente:** si la ficha de incidentes (sección 7) muestra más de un episodio dirigido al mismo empleado, la gerencia deriva también a Recursos Humanos y evalúa dar intervención a la ART, en tanto puede configurar un factor de riesgo psicosocial en los términos de la normativa de higiene y seguridad laboral, con independencia de la respuesta legal frente al cliente.

3. Situaciones especiales

El protocolo de la sección 2 está pensado para el caso típico: un cliente que graba durante su propia gestión comercial. Las siguientes situaciones requieren un criterio distinto y no deben resolverse con el mismo guion.

3.1. Entregas de producto o eventos distendidos en el local

Hay momentos de la relación comercial que el propio cliente suele querer fotografiar o filmar —a menudo con su familia, incluyendo hijos menores— y que la empresa fomenta como parte de la experiencia de compra: la entrega de un producto significativo, un sorteo, una inauguración, un evento o una celebración organizada en el local. Este protocolo no se aplica a esas situaciones: el personal no pide que no se grabe, no aplica ningún guion de las fases anteriores, y puede colaborar activamente si el cliente lo pide (por ejemplo, sacando la foto o el video). La única salvedad es la imagen propia del vendedor o asesor que participa del acto: si prefiere no aparecer, puede decirlo con naturalidad ("con gusto les saco la foto yo", o simplemente correrse del cuadro), sin necesidad de invocar ninguna política ni guion formal. Si, en cambio, la situación deriva en un reclamo sobre lo entregado (un faltante, un daño, una demora), vuelve a aplicar el protocolo de la sección 2 desde ese momento.

3.2. Menor de edad presente en la escena

Este punto se refiere a un reclamo o situación conflictiva en la que un menor está presente o filma —no a las entregas o eventos distendidos del punto 3.1, que no requieren ninguna precaución adicional—. Si quien filma es un progenitor documentando, por ejemplo, la revisión de un reclamo de garantía y un menor aparece incidentalmente en el encuadre, el personal no debe generar una situación de tensión adicional. Se aplica el mismo guion cordial de la Fase 1, con una precaución extra: el empleado evita cualquier comentario o gesto que pueda dirigirse al menor, y si la situación escala, deriva de inmediato al gerente sin intervenir más. La eventual difusión de imágenes de un menor de edad, aun captadas por su propio progenitor, está sujeta a un estándar de protección más estricto que el de un adulto, lo que refuerza —para el propio cliente, no solo para la empresa— la conveniencia de no publicar ese contenido (fundamento legal en el punto 14).

3.3. Prensa o medios de comunicación

Un periodista o comunicador que se identifica como tal no recibe el mismo tratamiento que un cliente: ningún empleado de atención al público está autorizado a declarar ante un medio. El guion se limita a: "Le agradezco su interés; las consultas de prensa se canalizan por [correo o área de comunicación institucional de la empresa]", y se deriva de inmediato a la gerencia general, sin dar declaraciones, negar ni confirmar hechos frente a cámara.

3.4. Perito, escribano o profesional actuando en un expediente

Si la persona se identifica como perito de parte, oficial, o acompañado de un escribano en el marco de un expediente judicial o administrativo ya iniciado, no corresponde aplicar el protocolo de esta sección: se solicita la documentación que acredite su carácter (oficio, cédula, acta notarial) y se deriva sin demora a MFA Abogados antes de permitir cualquier relevamiento, filmación o toma de fotografías con eficacia probatoria en esa causa.

3.5. Reclamo iniciado o continuado por WhatsApp, audio o llamada telefónica

El protocolo de la sección 2 cubre lo que ocurre dentro del establecimiento, pero el mismo conflicto suele continuar por fuera de él: un cliente que envía audios de WhatsApp al asesor, insiste por llamada, o pide que se le responda "grabando la nota de voz". La pauta es uniforme: ningún asesor gestiona ni resuelve un reclamo por audio de WhatsApp ni por llamada telefónica grabada. Se responde, por el mismo medio, con una variante breve del Guion N° 1: "Para darle una respuesta formal a su reclamo, le pido que me lo envíe por escrito a [correo institucional de reclamos]; por ahí sí le puedo dar seguimiento y constancia." Esto evita que la gestión de atención al cliente quede, en los hechos, grabada en su totalidad sin que la empresa lo advierta.

4. Casos prácticos de aplicación

Caso A — Reclamo por un trabajo tercerizado, grabando abiertamente

Situación: un cliente concurre a retirar un producto o servicio. El responsable de sector le informa que aún no volvió del proveedor externo al que se derivó parte del trabajo. El cliente saca el teléfono, apunta al responsable de sector y dice: "Te estoy grabando, repétame que no está listo porque lo mandaste a otro lado".

Actuación correcta: el responsable de sector no se altera ni intenta tapar la cámara ni arrebatar el teléfono. Aplica el Guion N° 1/2 (según quién intervenga), ofrece informar el estado de la gestión sin cámara o por escrito, y —dado que se trata de un reclamo de consumo legítimo (demora de entrega)— evita en todo momento negarse a brindar la información sustantiva: solo pide que no se lo grabe mientras la brinda.

Caso B — Grabación encubierta descubierta durante la atención

Situación: durante una conversación técnica en recepción, el asesor advierte que el celular del cliente está apoyado en el mostrador, con la pantalla encendida y la grabadora de voz activa, sin haberlo avisado.

Actuación correcta: el asesor hace una pausa y aplica el Guion N° 1 (sección 5): comenta, sin citar artículos, que advirtió la grabación y que preferiría no ser grabado. Si el cliente aduce que "es para no olvidarse las instrucciones", se le ofrece entregar el presupuesto y las indicaciones por escrito o por correo, alternativa que satisface el mismo interés legítimo sin exponer la voz del empleado ni necesidad de discutir el punto.

Caso C — Amenaza de escrache o viralización en redes sociales

Situación: el cliente afirma: "Si no me solucionan esto ya, subo el video a redes para que todos sepan cómo trabajan".

Actuación correcta: el gerente responde con serenidad, reconociendo el derecho del cliente a reclamar por los canales formales y ante Defensa del Consumidor, y advirtiendo —sin tono amenazante y sin citar artículos— que difundir la imagen o voz del personal sin autorización puede generarle al cliente una responsabilidad aparte de su reclamo (civil y, según el caso, penal; ver punto 12.1 y 12.2 para el encuadre técnico). Se reitera el ofrecimiento de encauzar el reclamo por escrito.

Caso D — Grabación de un tercero ajeno a la interacción

Situación: un cliente graba no ya su propia conversación, sino a otro cliente o a un empleado que no interviene en su gestión (por ejemplo, capta con audio una discusión ajena en el sector de atención).

Actuación correcta: este supuesto es más sensible que los anteriores, porque quien graba no es parte de esa conversación y la persona grabada no tuvo ninguna interacción con el cliente que grabó. El responsable presente debe pedir el cese de forma inmediata, sin dar explicaciones técnicas, dejar constancia del episodio y, de negarse el cliente, derivar sin demora a MFA Abogados (ver punto 12.1 para el encuadre técnico).

Caso E — Reclamo de garantía, cliente cordial que graba "para tener registro"

Situación: un cliente, sin hostilidad, pide grabar la explicación del asesor sobre la cobertura de una garantía "para no olvidarse los pasos a seguir", sin intención de publicar nada.

Actuación correcta: no es necesario aplicar todo el escalamiento. El asesor puede, razonablemente, acceder a que se grabe únicamente su propia explicación técnica (dejando a salvo su derecho a pedir que no se difunda), o bien —si prefiere no ser grabado— ofrecer de inmediato entregar la explicación por escrito o por correo. La proporcionalidad de la respuesta debe adecuarse siempre al tono y a la intención manifestada por el cliente.

5. Guiones modelo de respuesta verbal

Criterio unificado de estos guiones: ninguno discute con el cliente si tiene o no derecho a grabar la conversación en la que participa (la respuesta jurídica depende del contexto y no se resuelve en el mostrador; ver punto 12). El pedido se apoya siempre en la política de permanencia del establecimiento, no en que "sea ilegal" grabar; y si el cliente insiste en grabar, el foco pasa de inmediato a pedir que no se difunda lo grabado, ofreciendo en todo momento la vía escrita como alternativa igual de válida. Los guiones no citan artículos ni números de ley frente al cliente: la cita legal queda para el escrito o la derivación al estudio, nunca para el mostrador.

Guion N° 1 — Aviso inicial (Fase 1, empleado de atención directa)

"Entiendo que quiera dejar registro de esto. Nuestra política del local es no ser grabados durante la atención; con gusto sigo atendiendo su consulta sin cámara. Si prefiere seguir grabando, le pido que esa grabación quede para su uso personal y no se publique, y de cualquier manera le ofrezco dejar su reclamo por escrito en el Libro de Quejas o por correo, para que quede una constancia formal."

Guion N° 2 — Intervención gerencial (Fase 2)

"Buenas tardes, soy [nombre y cargo]. Quiero ayudarlo a resolver su situación. Nuestro personal prefiere no ser grabado mientras lo atendemos; le propongo que sigamos la conversación sin cámara, que pasemos a mi oficina, o que me deje su reclamo por escrito, y cualquiera de esas vías la vamos a atender con la misma seriedad. Si prefiere seguir grabando, le pido únicamente que esa grabación no se publique."

Guion N° 3 — Cierre de la atención presencial (Fase 3, solo ante hostilidad o desorden)

"Dado que no es posible continuar el diálogo en estas condiciones, damos por concluida la atención presencial de hoy. Puede presentar su reclamo por escrito, por nuestro correo institucional, o ante Defensa del Consumidor si lo considera necesario; lo vamos a responder en cualquiera de esas vías. Que tenga buenas tardes."

Frases de apoyo para situaciones específicas

- **Si el cliente responde "tengo derecho a grabar":** *"No vamos a discutir eso ahora. Lo único que le pido es que, si la comparte, no incluya a nuestro personal sin su autorización. Igual le dejo el reclamo asentado por escrito para que tenga una respuesta formal."*
- **Si el cliente amenaza con viralizar:** *"Está en su derecho de reclamar por los canales que considere, y lo vamos a atender igual. Le comento sí que difundir la imagen o la voz de nuestro personal sin autorización puede traerle una responsabilidad aparte, más allá de su reclamo de fondo."*

-
- **Regla de oro para todo el personal:** *bajo ninguna circunstancia se debe intentar arrebatarse el teléfono, tapar la cámara con la mano, citar artículos de memoria, ni responder con insultos o agresiones. La postura debe ser siempre serena, profesional y respetuosa del trato digno.*

6. Cartelería sugerida para el local de atención al público

Para que la política de permanencia sea oponible frente a clientes y visitantes, la empresa debe exhibir cartelería clara y visible en el ingreso, en el sector de atención al público y en el área de entrega de productos o servicios. Se sugieren dos carteles complementarios, redactados de forma consistente con el punto 13: la empresa pide no ser grabada, pero nunca cierra la puerta a que el cliente documente un reclamo legítimo por una vía alternativa.

Modelo A — Cartel principal (ingreso y sector de atención al público)

AVISO A NUESTROS CLIENTES Y VISITANTES

Normas de permanencia y protección de derechos personales

No se autoriza a grabar imagen o voz de nuestro personal sin su consentimiento.

Sus reclamos, consultas o sugerencias pueden dejarse en nuestro Libro de Quejas, por correo institucional, o presentarse ante Defensa del Consumidor: los atendemos por cualquiera de esas vías con la misma seriedad.

[NOMBRE DE LA EMPRESA]. Gracias por su colaboración.

Modelo B — Placa combinada de videovigilancia institucional

ÁREA VIDEOVIGILADA

Este establecimiento cuenta con sistema de videovigilancia en zonas comunes, con fines de seguridad y control (Disposición DNPDP N° 10/2015; modelo de cartel según Resolución AAIP N° 38/2024).

Responsable: la empresa | Finalidad: seguridad y prevención de siniestros | Contacto: [correo / teléfono de la administración]

No se autoriza a los visitantes a captar ni difundir imágenes o voces del personal sin su consentimiento.

Nota: los textos anteriores son modelos de referencia, alineados con el punto 13 (la prohibición no es absoluta frente a un reclamo de buena fe). MFA Abogados debe incorporar la referencia a la ordenanza municipal de habilitación comercial de la jurisdicción del establecimiento (ver punto 13) antes de imprimir la cartelería definitiva, y adaptar la redacción a los requisitos gráficos de su propio manual de marca e identidad institucional.

7. Ficha de registro interno de incidentes

Cada vez que un cliente intente grabar al personal sin autorización o se produzca un altercado presencial, el responsable a cargo completará el mismo día el siguiente formulario, archivándolo en la carpeta de Asuntos Legales de la empresa y remitiendo copia a MFA Abogados cuando corresponda (sección 2, Fase 4).

Fecha y hora del incidente	Ej.: 22/09/2026 — 10:30 hs
Lugar / sector específico	Ej.: sector de ventas / atención al cliente / sector técnico o de servicio
Nombre y DNI del cliente	O "se negó a identificarse"
N° de comprobante, orden o presupuesto vinculado	Factura, orden de trabajo o presupuesto vinculado al reclamo
Tipo de reclamo	Garantía / trabajo o servicio tercerizado / demora / otro
Empleado afectado (nombre y cargo)	
Personal directivo interviniente	responsable de sector / gerente que intervino
Fase del protocolo alcanzada	1 / 2 / 3 / 4
Resumen del hecho	Descripción breve del intento de filmación, motivo del reclamo y respuesta dada
¿Se ofreció la vía escrita?	Sí / No — ¿la aceptó o la rechazó el cliente?
¿Hubo amenaza de difusión?	Sí / No — detalle de lo manifestado por el cliente (red o cuenta mencionada)
¿El contenido ya fue publicado?	Sí / No — URL o captura de la publicación, si existe
Cámara CCTV a resguardar	N° de cámara institucional y rango horario a respaldar
Testigo presencial (si lo hay)	Nombre, DNI y firma — un testigo alcanza cuando hay respaldo de CCTV; no es requisito excluyente
Conformidad del empleado sobre difusión	El empleado afectado firma si consiente o no que la empresa use el registro de CCTV del hecho como prueba (ver Anexo I)
Firma del responsable y sello	_____

8. Recomendaciones de implementación

- Capacitar a todo el personal de atención al público en los guiones de la sección 5, con simulacros breves a cargo de los gerentes de sector, y entregar la hoja resumen del Anexo III en cada puesto de trabajo.
- Instalar la cartelería de la sección 6 antes de la puesta en vigencia del protocolo, en el ingreso, el sector de atención al público y el área de entrega de productos o servicios, una vez incorporada la referencia a la normativa municipal local (punto 13).
- Habilitar y difundir un único canal formal y rápido de reclamos: un correo institucional dedicado (a designar por la empresa) más el Libro de Quejas físico, de modo que el cliente tenga siempre una alternativa igual de eficaz a la grabación.
- **Retención de CCTV:** fijar un plazo de conservación de las imágenes de al menos 30 a 60 días, con procedimiento de extracción y respaldo inmediato (dentro de las 24 horas) ante cualquier incidente registrado en la ficha de la sección 7, para evitar que se sobrescriban antes de poder utilizarse como prueba.
- **Guardia y reemplazos:** designar para cada turno quién reemplaza al responsable de sector o gerente en su ausencia a los fines de este protocolo (Fase 2 y 3), de modo que la escalada nunca quede sin un responsable disponible.
- Llevar un registro centralizado de las fichas de incidente (sección 7) para detectar patrones —mismo cliente, mismo sector, mismo tipo de reclamo, mismo empleado afectado— y anticipar medidas, incluida la derivación a RR.HH./ART prevista en la sección 2.
- Revisar este protocolo con MFA Abogados ante cualquier reforma legislativa relevante o cambio de criterio jurisprudencial en la materia, y como mínimo una vez al año.

9. Anexo I — Consentimiento informado del empleado

Este anexo resuelve la legitimación mencionada en el punto 13: la empresa no es titular de la imagen o voz de su dependiente, por lo que necesita su autorización expresa para dos cosas puntuales: usar el registro de las propias cámaras de seguridad como prueba de un incidente, y patrocinar o acompañar al empleado si decide accionar por una difusión lesiva. Se sugiere hacer firmar este documento —una sola vez, al ingresar, y no incidente por incidente— a todo el personal de atención al público.

CONSENTIMIENTO INFORMADO — USO DE REGISTROS DE CCTV Y PATROCINIO LEGAL

Quien suscribe, en su carácter de dependiente de la empresa, declara conocer el Protocolo de Actuación ante Grabaciones No Autorizadas al Personal vigente en la empresa y presta su conformidad para que ésta:

1. Conserve y utilice las imágenes de las cámaras de seguridad institucionales que lo/la registren, exclusivamente para documentar incidentes vinculados a su atención al público y para su eventual uso como prueba.
2. Le brinde asistencia y, si lo solicita, patrocinio letrado a través de MFA Abogados, en caso de verse afectado/a por la difusión no autorizada de su imagen o voz durante el ejercicio de sus funciones.

Se deja constancia de que este consentimiento no alcanza a autorizar, por sí solo, la difusión pública de su imagen o voz por parte de la empresa, y puede ser precisado o revocado por escrito en cualquier momento (art. 55 CCyC).

Nombre y apellido: _____ DNI: _____

Cargo / sector: _____ Fecha: _____

Firma: _____

10. Anexo II — Protocolo de urgencia ante difusión efectiva (primeras 24 a 48 horas)

Si, pese al protocolo de la sección 2, el cliente efectivamente publica la grabación, actuar rápido reduce el daño. Estas son las acciones de las primeras 24 a 48 horas, en paralelo y no en cascada.

Plazo	Acción
Inmediato (0–2 h)	Capturar y guardar la publicación (URL, fecha, hora, capturas de pantalla con metadatos visibles) antes de que pueda editarse o eliminarse. No comentar, no responder ni discutir en la publicación.
Mismo día	Notificar a MFA Abogados con la ficha de incidentes (sección 7) y las capturas. Evaluar, junto con el empleado afectado (Anexo I), si corresponde solicitar la baja del contenido a la plataforma por violación a políticas de privacidad/acoso, en forma directa o vía representación legal.
24–48 horas	MFA Abogados evalúa el envío de una carta documento intimando el cese de la difusión (art. 1770 CCyC) y, si el riesgo de daño es significativo o continuado, la promoción de una medida cautelar o autosatisfactiva de cese, con eventual pedido de no innovar.
En paralelo	La gerencia evita pronunciarse públicamente sobre el hecho concreto y remite cualquier consulta de prensa a la vía institucional (punto 3.3). No se instruye a otros empleados a "responder" en redes.
Cierre	Una vez resuelto, se actualiza la ficha de incidentes con el resultado (baja del contenido, carta documento, acción judicial) para el registro centralizado de la sección 8.

11. Anexo III — Hoja resumen para capacitación del personal de atención al público

Página única, pensada para imprimir y fijar en el sector de trabajo. No reemplaza al protocolo completo, solo resume el flujo de decisión inmediato.

SI UN CLIENTE ME ESTÁ GRABANDO

- 1. No discuto si puede grabar. No le toco el teléfono. No tapo la cámara. No insulto ni me pongo agresivo/a.**
2. Digo el Guion N° 1: pido que no se publique, ofrezco atenderlo sin cámara o dejar el reclamo por escrito (Libro de Quejas / correo).
3. Si el reclamo es de garantía o de un trabajo tercerizado a un proveedor externo, no discuto la cobertura frente a cámara: informo el estado general y derivo el detalle técnico por escrito.
4. Si el cliente se pone hostil, insulta, amenaza o genera desorden — no por seguir grabando en paz — llamo al responsable de sector / gerente.
5. Si es un periodista, un perito o hay un menor de por medio: no doy explicaciones ni discuto. Llamo directamente al gerente.
6. Si me manda audios de WhatsApp o me llama para reclamar: le pido que lo escriba al correo institucional.
- 7. Terminado el episodio, completo la ficha de incidentes el mismo día.**

12. Marco legal aplicable

El encuadre jurídico de esta situación exige distinguir con precisión entre tres planos que no siempre coinciden: (i) si la sola grabación configura un delito penal; (ii) si, aun no siendo delito, vulnera un derecho personalísimo del empleado con consecuencias civiles; y (iii) si la eventual difusión posterior agrava esa responsabilidad. Confundir estos planos —como ocurre en cierta literatura jurídica de divulgación— lleva a conclusiones apresuradas en uno u otro sentido.

12.1. Encuadre penal: captación de la propia conversación y difusión posterior

El **artículo 153 del Código Penal** (texto según Ley N° 26.388) sanciona a quien accede, intercepta o capta **comunicaciones ajenas**, no las propias:

"Será reprimido con prisión de quince (15) días a seis (6) meses el que abriere o accediere indebidamente a una comunicación electrónica, una carta, un pliego cerrado, un despacho telegráfico, telefónico o de otra naturaleza, que no le esté dirigido [...]. En la misma pena incurrirá el que indebidamente interceptare o captare comunicaciones electrónicas o telecomunicaciones provenientes de cualquier sistema de carácter privado o de acceso restringido."

Cuando el cliente es uno de los interlocutores de la conversación con el empleado, esta le está dirigida a él mismo: no existe "interceptación" de una comunicación ajena. Por ello, la doctrina penal distingue entre grabar "con otro" (uno de los participantes registra su propia conversación: atípico respecto del art. 153 CP) y grabar "a otros" (un tercero ajeno capta la conversación sin participar en ella, con micrófono oculto o intervención de línea: allí sí puede configurarse el tipo penal). La atipicidad penal de la grabación propia no resuelve, sin embargo, si esa captación es lícita en el plano civil ni si puede usarse como prueba; esas cuestiones dependen del contexto y se analizan en el punto 12.2.

Precisión sobre el precedente citado habitualmente: en autos "Serantes Peña, Diego Manuel c/ Alves Peña, Jerónimo Francisco s/ ordinario" (COM 26578/2012), la Sala D de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial (14/3/2017) admitió y valoró como prueba la grabación que el actor había hecho, sin conocimiento del demandado, de una conversación entre ambos, en un conflicto societario de contenido patrimonial. La Corte Suprema de Justicia de la Nación, el 30/11/2021, declaró inadmisibles los recursos extraordinarios por aplicación del art. 280 del CPCCN, sin pronunciarse sobre el fondo. La tesis según la cual toda captación de la imagen o de la voz de un tercero es ilegítima salvo consentimiento inequívoco o excepción legal corresponde al *voto en disidencia del juez Lorenzetti*, no a la mayoría. **No es, por tanto, doctrina de la CSJN** en ningún sentido: el caso muestra que la cuestión está abierta y se cita como antecedente orientativo, no como precedente obligatorio. No corresponde presentarlo, como hacen algunos borradores de divulgación, como "jurisprudencia consolidada" que resuelva de modo uniforme la situación de un comercio o empresa de atención al público.

Difusión posterior (art. 155 CP): distinta es la situación si el cliente, aun sin haber cometido delito al grabar, **difunde** el contenido. El art. 155 del Código Penal sanciona a quien, hallándose en posesión de una comunicación no destinada a la publicidad, la hiciere publicar indebidamente causando o pudiendo causar perjuicio a terceros, *salvo* que medie "el propósito inequívoco de proteger un interés público". Se trata de una figura de **aplicación restrictiva**: cuando el contenido documenta de buena fe un reclamo de consumo real (una reparación mal hecha, una demora no informada), la excepción del interés público —vinculado aquí al interés de los consumidores en la información— suele atemperar la tipicidad. El riesgo penal se

acentúa cuando la difusión es maliciosa, editada de forma descontextualizada o tiene como único fin el escrache. También puede eventualmente concurrir el art. 110 CP (injurias) si el contenido incluye manifestaciones ofensivas hacia una persona determinada, con independencia del video en sí.

12.2. Derechos personalísimos — Código Civil y Comercial de la Nación

Aun cuando la grabación no sea delito, el Código Civil y Comercial impone límites autónomos, de naturaleza civil, que operan tanto sobre la captación como —con mayor intensidad— sobre la difusión:

- **Art. 19 CN:** fundamento constitucional del derecho a la intimidad como ámbito de autonomía personal.
- **Art. 51 CCyC:** inviolabilidad de la persona humana; reconocimiento del respeto incondicional a su dignidad en cualquier circunstancia.
- **Art. 52 CCyC:** faculta a reclamar la prevención y reparación de los daños sufridos a raíz de la lesión a la intimidad personal, honra, reputación, imagen o identidad.
- **Art. 53 CCyC — Derecho a la imagen:** "Para captar o reproducir la imagen o la voz de una persona, de cualquier modo que se haga, es necesario su consentimiento", salvo participación en actos públicos, interés científico/cultural/educacional prioritario, o ejercicio regular del derecho de informar sobre acontecimientos de interés general. Un reclamo puntual ante el personal de atención no encuadra, en principio, en ninguna de esas excepciones.
- **Art. 55 CCyC — Carácter del consentimiento:** el consentimiento no se presume, es de interpretación restrictiva y libremente revocable. La negativa expresa del empleado ("no autorizo a que me grabe") deja sin sustento cualquier grabación posterior de su imagen o voz.
- **Art. 1770 CCyC — Protección de la vida privada:** habilita la acción de cese de la intromisión arbitraria y la indemnización del daño moral, con posibilidad de ordenar la publicación de la sentencia.
- **Art. 31, Ley N° 11.723:** el retrato fotográfico no puede ponerse "en el comercio" sin consentimiento expreso; coexiste con el art. 53 CCyC y refuerza la protección cuando hay imagen (video).

Precedente rector: CSJN, "Ponzetti de Balbín, Indalia c/ Editorial Atlántida S.A." (11/12/1984, Fallos 306:1892). Es el leading case en materia de intimidad frente a la difusión de imágenes captadas sin consentimiento; sienta el estándar de que "nadie puede inmiscuirse en la vida privada de una persona [...] sin su consentimiento", y que ese ámbito de reserva no desaparece por la sola exposición pública de la actividad de una persona. Es jurisprudencia firme y reiteradamente citada por la CSJN y las cámaras civiles hasta la actualidad.

Zona gris relevante para este protocolo: la doctrina especializada admite que, en el marco concreto de una gestión comercial (mostrador de atención, sector a la vista del público), puede inferirse un *consentimiento tácito* para la mera **captación** de la interacción puntual con ese cliente. Pero ese consentimiento, de existir, es **estrictamente limitado** a esa finalidad y circunstancia (documentar la propia gestión): no se extiende a la difusión pública. Es allí —en la difusión, no en la sola captación durante la atención— donde se concentra el mayor riesgo jurídico, y donde este protocolo pone el énfasis.

Consentimiento por actos inequívocos: en "Alzugaray, Mirna Fernanda c/ Taraborelli Automobile S.A. s/ daños y perjuicios" (16/7/2021), la Sala A de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil rechazó el reclamo de una ex empleada por el uso de su imagen en videos institucionales de la empresa. Sostuvo que

el consentimiento no requiere forma escrita y puede surgir de actos o signos inequívocos, como la participación voluntaria en la filmación, siempre que su alcance se corresponda con la finalidad informada. El consentimiento sigue siendo revocable (art. 55 CCyC). Para este protocolo, el fallo refuerza la utilidad del Anexo I: dejar constancia de qué autorizó el empleado y para qué.

Captación de la voz en un ámbito laboral privado: en "Elorriaga, Erica Elizabeth y otra c/ Medicina XXI S.A. y otra s/ ordinario" (10/2/2026), la Cámara del Trabajo de Cipolletti (IV Circunscripción Judicial de Río Negro) rechazó una pericia informática sobre el audio de una reunión laboral interna, grabado sin acreditarse el consentimiento de los participantes. Consideró que la voz es un atributo personalísimo, que su captación inconsulta en un ámbito privado puede afectar los arts. 18 y 19 CN y 53 y 55 CCyC, y que el principio de amplitud probatoria no habilita incorporar prueba obtenida con afectación de derechos fundamentales. Una reunión interna no se vuelve pública por la cantidad de asistentes. El tribunal citó el voto de Lorenzetti en "Serantes Peña" aclarando que la Corte, por mayoría, había declarado inadmisibles los recursos. Es un antecedente orientativo: se trata de una interlocutoria de una cámara provincial, referida a una reunión privada y no a un mostrador abierto al público.

Criterio que surge de estos antecedentes: la jurisprudencia argentina no ofrece una regla uniforme sobre la grabación hecha por uno de los participantes de la conversación. De manera orientativa:

- **Conversación ajena, grabada por un tercero que no participa:** mayor riesgo de ilicitud, por afectación de la intimidad y del secreto de las comunicaciones.
- **Conversación propia, grabada por uno de los participantes:** no hay regla uniforme; hay decisiones que la admiten (Cámara Comercial, "Serantes Peña") y otras que exigen consentimiento ("Elorriaga").
- **Reunión privada laboral o societaria:** mayor protección de la voz y de la expectativa de privacidad.
- **Mostrador o espacio abierto al público:** la expectativa de privacidad puede ser menor, pero no desaparecen los derechos del empleado sobre su voz y su imagen.
- **Difusión posterior en redes:** requiere un análisis propio; puede exceder la finalidad probatoria y generar responsabilidad civil aunque la captación haya sido admisible.

Por eso la política interna no debe apoyarse en que toda grabación de un cliente es ilícita ni, a la inversa, en que toda persona tiene un derecho irrestricto a grabar. La respuesta depende de si la conversación es propia o ajena, del ámbito, de la expectativa razonable de privacidad, de la finalidad (probatoria o de difusión), de la conducta del cliente y de la eventual publicación posterior. El personal de atención no necesita resolver esa cuestión: le basta con aplicar el procedimiento de la sección 2.

12.3. Ley de Contrato de Trabajo — poder de dirección y deber de seguridad

La empresa es un establecimiento privado de acceso condicionado. En virtud de los arts. 64 y 65 de la Ley de Contrato de Trabajo (facultades de organización y dirección), la empresa puede reglamentar las condiciones de permanencia e ingreso al local, incluyendo pautas sobre el registro audiovisual del personal. A la vez, el art. 75 LCT impone a la empresa el deber de seguridad, que incluye resguardar la dignidad de sus dependientes frente a hostigamiento, agresiones verbales o exposición no consentida.

12.4. Ley de Defensa del Consumidor — trato digno y límite al derecho de admisión

- **Art. 8 bis, Ley N° 24.240 — Trato digno:** "Los proveedores deberán garantizar condiciones de atención y trato digno y equitativo a los consumidores", debiendo abstenerse de conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias. La prohibición de grabar debe comunicarse siempre con cortesía; una reacción hostil del personal puede por sí sola generar responsabilidad de la empresa, con independencia de quién tuviera razón sobre la grabación.
- **Art. 52 bis, Ley N° 24.240 — Daño punitivo:** autoriza al juez a aplicar una multa civil a favor del consumidor cuando el proveedor no cumple sus obligaciones legales o incurre en un trato indigno. Es el riesgo económico concreto de una reacción desproporcionada del personal.
- **Art. 53, Ley N° 24.240 — Deber de colaboración probatoria:** la norma prevé un trámite procesal abreviado para las causas de consumo y establece que los proveedores deben aportar al proceso los elementos probatorios que obren en su poder, conforme a las características del bien o servicio. En la práctica de tribunales de consumo se completa con la doctrina jurisprudencial de las "cargas probatorias dinámicas", que exige a la parte en mejores condiciones de probar —típicamente el proveedor, que cuenta con sus propias cámaras de seguridad— aportar esa prueba.

Límite central que este protocolo pone de relieve: la política interna de la empresa **no puede oponerse para impedir** que un consumidor documente, de buena fe y con fines probatorios, una situación de incumplimiento contractual o de trato indebido (arts. 42 CN; 1094 y 1095 CCyC, interpretación más favorable al consumidor). Una prohibición absoluta de grabar, invocada únicamente para impedir que el cliente pruebe un reclamo legítimo, puede ser cuestionada como abusiva o contraria a la buena fe (arts. 9 y 1061 CCyC) ante la autoridad de consumo. El protocolo operativo (sección 2) está diseñado, precisamente, para administrar esta tensión entre el derecho del empleado y el del consumidor, sin negar de plano ninguno de los dos.

12.5. Protección de datos personales — voz e imagen del empleado

La Ley N° 25.326 de Protección de Datos Personales considera a la imagen y a la voz como datos personales, cuyo tratamiento (captación, almacenamiento, cesión) requiere en principio consentimiento del titular (arts. 5 y 11). Esta ley es, además, la que fundamenta la exigencia de cartelería para la videovigilancia propia del local: la Disposición DNPDP N° 10/2015 exige informar mediante cartel visible la existencia de cámaras, su finalidad y los datos de contacto del responsable. El modelo de cartel aprobado originalmente por la Resolución AAIP N° 15/2018 fue actualizado por la Resolución AAIP N° 38/2024, que sustituyó el diseño del cartel de recolección de imágenes digitales (incorporando, entre otros datos, un código QR de acceso a más información); es este último modelo, vigente a la fecha de este documento, el que corresponde utilizar.

Cuadro comparativo del régimen normativo aplicable

Materia / fuero	Norma de referencia	Efecto práctico
Civil — imagen y voz	Arts. 53 y 55 CCyC; art. 31, Ley 11.723	La captación o reproducción de imagen o voz sin consentimiento puede ser civilmente ilícita según el contexto (ámbito, finalidad, expectativa de privacidad); la difusión agrava el riesgo. Habilita reclamo resarcitorio.

Civil — vida privada	Arts. 51, 52 y 1770 CCyC	Acción de cese de la intromisión y de indemnización del daño moral.
Penal — captación	Art. 153 CP	Atípico si el cliente participa activamente de la conversación. Ello no resuelve la cuestión civil del punto anterior ni la validez de la grabación como prueba.
Penal — difusión	Arts. 155 y 110 CP	Tipicidad posible si se difunde causando perjuicio y sin propósito de proteger un interés público; de aplicación restrictiva.
Laboral	Arts. 64, 65 y 75, LCT	Fundamento de la política interna (poder de dirección) y del deber de resguardar la dignidad del dependiente.
Consumidor	Arts. 8 bis, 52 bis y 53, Ley 24.240	Deber de trato digno; riesgo de daño punitivo; deber de colaboración probatoria del proveedor.
Datos personales	Ley 25.326, arts. 5 y 11; Disp. DNPDP 10/2015; Res. AAIP 38/2024 (actualiza el modelo de la Res. 15/2018)	La voz y la imagen son datos personales. Exige cartelería específica para la videovigilancia propia del local, con el modelo de cartel vigente.

13. Fundamento y límites de la política interna de la empresa

La empresa puede, mediante política interna, solicitar a los clientes que no filmen ni graben al personal dentro del establecimiento. Este protocolo recomienda adoptar esa política sobre dos fundamentos autónomos:

- **Dominio sobre el establecimiento:** como titular de un espacio privado de acceso condicionado, la empresa puede fijar reglas de permanencia, siempre que sean objetivas, no discriminatorias y estén informadas con claridad (cartelería visible), en ejercicio del dominio sobre el inmueble (arts. 1941 y ss. CCyC) y de las facultades de organización del empleador (arts. 64 y 65 LCT). *Nota jurisprudencial:* el estándar de derecho de admisión y permanencia en locales de acceso público se rige por la normativa municipal de habilitación comercial vigente en la localidad del establecimiento; corresponde verificar e incorporar aquí la ordenanza local aplicable en la jurisdicción de cada establecimiento antes de exhibir la cartelería de la sección 6.
- **Derecho a la imagen y voz del propio dependiente:** es el fundamento más sólido, porque la voz y la imagen del empleado le pertenecen a él como derecho personalísimo (art. 53 CCyC), no a la empresa. La empresa no "autoriza" en nombre del cliente ni "prohíbe" con eficacia frente a todos algo que en rigor es una facultad del propio trabajador; pero sí puede, en ejercicio de su poder de organización (arts. 64/65 LCT) y de su deber de seguridad (art. 75 LCT), fijar pautas de atención que resguarden a sus dependientes y dar instrucciones internas sobre cómo actuar frente a una grabación no consentida.

Límite que la política interna no puede desconocer: como se explicó en el punto 12.4, la prohibición de grabar no puede aplicarse para impedir que el cliente documente, de buena fe, un incumplimiento real de la empresa (una reparación no realizada, una demora, un trato indebido). Por eso, el protocolo del punto 2 no ordena "prohibir y listo": ofrece siempre una vía alternativa igualmente idónea para que el reclamo quede documentado (Libro de Quejas, nota por escrito, correo institucional, atención en oficina sin cámara), de modo que negarse a la grabación nunca implique negarse a atender el reclamo.

Consecuencias de la difusión no autorizada en redes sociales. Si el cliente difunde la grabación (redes sociales, WhatsApp grupal, medios), pueden concurrir: (a) la acción civil de cese y daño moral del art. 1770 CCyC, a instancia del empleado afectado —la empresa carece de legitimación para reclamar por la lesión a un derecho personalísimo ajeno, aunque puede acompañar la acción de su dependiente y reclamar por daños propios a su reputación comercial si median afirmaciones falsas—; (b) una medida urgente de cese para lograr el retiro del contenido de la plataforma; y (c) excepcionalmente, responsabilidad penal residual (art. 155 CP) cuando la difusión no persigue proteger un interés público sino únicamente dañar. La sola difusión de un reclamo de consumo genuino y de buena fe rara vez configura delito, conforme al estándar de interés general de la doctrina "Ponzetti de Balbín".

14. Fuentes normativas, jurisprudenciales y doctrinarias

Normativa

Norma	Contenido relevante
Art. 19, Constitución Nacional	Fundamento del derecho a la intimidad.
Arts. 153, 155 y 110, Código Penal	Captación de comunicaciones ajenas; difusión indebida; injurias.
Arts. 9, 51, 52, 53, 55, 1061, 1094, 1095, 1770 y 1941 y ss., CCyC	Buena fe; dignidad; derecho a la imagen y voz; carácter del consentimiento; interpretación favorable al consumidor; protección de la vida privada; dominio.
Art. 31, Ley N° 11.723	Retrato fotográfico: prohibición de explotación comercial sin consentimiento.
Arts. 64, 65 y 75, Ley N° 20.744 (LCT)	Poder de dirección y organización; deber de seguridad del empleador.
Arts. 8 bis, 52 bis y 53, Ley N° 24.240	Trato digno; daño punitivo; deber de colaboración probatoria del proveedor.
Ley N° 25.326; Disp. DNPDP N° 10/2015; Res. AAIP N° 38/2024 (actualiza el modelo de la Res. 15/2018)	Protección de datos personales; cartelera obligatoria de videovigilancia, con el modelo de cartel vigente.
Ley N° 26.061, arts. 3 y 22	Interés superior del niño; protección reforzada de imagen y datos de menores.
Normativa municipal de habilitación comercial de la jurisdicción del establecimiento	Fundamento local del derecho de admisión y permanencia; a incorporar según la localidad de cada sucursal (ver punto 13).

Jurisprudencia

Fallo / tribunal	Año	Relevancia y firmeza
CSJN, "Ponzetti de Balbín, Indalia c/ Editorial Atlántida S.A.", Fallos 306:1892	1984	Leading case de intimidad frente a la difusión sin consentimiento. Jurisprudencia firme y reiteradamente citada.
CNCom., Sala D, y CSJN, "Serantes Peña c/ Alves Peña" (COM 26578/2012)	2017 / 2021	La Cámara admitió como prueba la grabación hecha por una de las partes de una conversación propia. La CSJN declaró inadmisibile el recurso (art. 280 CPCCN). La exigencia de consentimiento para captar la voz surge de la disidencia de Lorenzetti: no es doctrina de la Corte.
CNCiv., Sala A, "Alzugaray c/ Taraborelli Automobile S.A."	2021	El consentimiento para captar y difundir la imagen puede surgir de actos inequívocos, dentro de la finalidad informada. Antecedente de cámara, orientativo.
Cám. Trabajo Cipolletti (Río Negro), "Elorriaga c/ Medicina XXI S.A."	2026	Rechaza pericia sobre audio de una reunión laboral privada grabado sin consentimiento (arts. 53 y 55 CCyC). Interlocutoria provincial, orientativa; no trata el caso del mostrador.

Doctrina (opinión, no jurisprudencia firme)

- Comentarios al art. 53 y 1770 CCyC en obras colectivas (Rivera, Bustamante Alsina) sobre interpretación restrictiva del consentimiento y distinción entre captación y difusión.
- ACADERC, "La protección de la intimidad y la vida privada (exégesis del art. 1770 CCyC)": carácter enunciativo de la norma y su relación con el art. 52 CCyC.

Nota metodológica: MFA Abogados verificó las normas y fallos citados contra fuentes oficiales (InfoLeg, Boletín Oficial, CIJ, SAIJ, sitio de la CSJN, Agencia de Acceso a la Información Pública) al elaborar este modelo (septiembre de 2026). Se recomienda verificar la vigencia de las normas y la firmeza de los fallos antes de invocarlos en una actuación judicial o administrativa concreta, y confirmar la ordenanza municipal aplicable en la localidad de cada establecimiento antes de imprimir la cartelería del Anexo y de la sección 6.