



ABOGACÍA TRANSFORMADORA

FUIMOS PRESENTE. SOMOS FUTURO.



XII Congreso Nacional
de la Abogacía **2019**

8-11 MAYO 2019 VALLADOLID

DEONTOLOGÍA Y AUTORREGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD

Inés Blanco Hernández, Abogada



**Abogacía
Española**
CONSEJO GENERAL



icava
Ilustre Colegio de
Abogados de Valladolid



Evolución histórica de la regulación deontológica de la publicidad

Estatuto General de la Abogacía de 24 de Julio de 1982:

Art. 31: Se prohíbe a los abogados: a) el anuncio o difusión de sus servicios, directamente o a través de medios publicitarios.

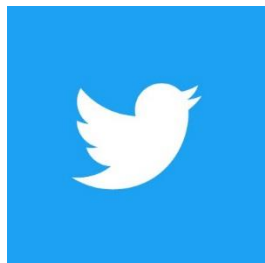
Reglamento de Publicidad (1998):

Requisitos y restricciones de la publicidad de la abogacía.



USO DE INTERNET Y RRSS POR PARTE DE LA ABOGACÍA

- ❑ PERFILES Y PÁGINAS DE DESPACHOS DE ABOGADOS
 - ❑ RÁPIDA Y EFECTIVA DIFUSIÓN
- ❑ MAYORES VULNERACIONES POR LAS INFRACCIONES





CÓDIGO DEONTOLÓGICO

ARTÍCULO 6: DE LA PUBLICIDAD

1. Se podrá realizar libremente publicidad de los servicios profesionales, con pleno respeto a la legislación vigente sobre la materia, defensa de la competencia, competencia desleal y normas deontológicas de la Abogacía.

2. La publicidad respetará en todo caso la independencia, libertad, dignidad e integridad como principios esenciales y valores superiores de la profesión, así como el secreto profesional y habrá de ser objetiva, veraz y digna, tanto por su contenido como por los medios empleados.

3. Deberá indicarse en la publicidad el Colegio al que se pertenezca.

La publicidad no podrá suponer:

a. La revelación directa o indirecta de hechos, datos o situaciones amparados por el secreto profesional.

b. La incitación genérica o concreta al pleito o conflicto.



CÓDIGO DEONTOLÓGICO

ARTÍCULO 6: DE LA PUBLICIDAD

c. La oferta de servicios profesionales, por sí o mediante terceros, a víctimas directas o indirectas de catástrofes, calamidades públicas u otros sucesos que hubieran producido un número elevado de personas afectadas y a sus herederos y causahabientes, en momentos o circunstancias que condicionen la elección libre de Abogado y, en ningún caso, hasta transcurridos 45 días desde el hecho. Tampoco podrá dirigirse, por sí o mediante terceros, a quienes lo sean de accidentes o infortunios recientes, o a sus herederos o causahabientes, que carezcan de la plena y serena libertad de elección. Estas prohibiciones quedarán sin efecto en el caso de que la prestación de estos servicios profesionales haya sido solicitada expresamente por la víctima.

d. La promesa de obtener resultados que no dependan exclusivamente del que la realiza.

e. La referencia a clientes sin su autorización escrita, salvo las menciones que, en su caso, puedan hacerse cuando se participa en procesos de contratación pública y sólo para ellos.

f. La utilización de emblemas institucionales o colegiales y de aquéllos otros que por su similitud pudieran generar confusión, salvo disposición contraria contenida en los estatutos particulares y de aquellos símbolos que se aprueben para distinguir la condición profesional.

g. La mención de actividades que sean incompatibles con el ejercicio de la Abogacía.

h. Y, en general, la publicidad contraria a las normas deontológicas de la profesión.



Bufete Rojas

6 h · 🌐

Es un error creer que los accidentes solo le ocurren a otros. A cualquiera nos puede pasar. Tenlo presente, sobre todo si tienes personas que dependen de tí económicamente. Bufete Rojas. Testamentos Inteligentes. Herencias Felices.

<http://www.abc.es/.../abci-accidente-arereo-avion-alpes-franc...>



Accidente Aéreo - Un avión que volaba entre Barcelona y Dusseldorf se estrella en los Alpes...

El aparato, un Airbus A320, ha desaparecido de los radares en la región de Alpes de Alta Provenza



Frank Galvin Has One Last Chance At A Big Case.

The doctors want to settle,
the Church wants to settle,
their lawyers want to settle,
and even his own clients
are desperate to settle.

But Galvin is determined
to defy them all.
He will try the case.

THE VERDICT

TWENTIETH CENTURY-FOX Presents A ZANUCK/BROWN PRODUCTION
PAUL NEWMAN / CHARLOTTE RAMPLING / JACK WARDEN
JAMES MASON / THE VERDICT / MILO O'SHEA
MUSIC BY JOHNNY MANDEL / EXECUTIVE PRODUCER BURTT HARRIS
SCREENPLAY BY DAVID MAMET / BASED ON THE NOVEL BY BARRY REED
PRODUCED BY RICHARD D. ZANUCK AND DAVID BROWN
DIRECTED BY SIDNEY LUMET

READ THE BANTAM BOOK



RESTRICTED
PARENTS STRONGLY CAUTIONED
Some Material May Be Inappropriate for Children Under 17

© 1982 TWENTIETH CENTURY-FOX





CÓDIGO DEONTOLÓGICO

ARTÍCULO 6: DE LA PUBLICIDAD

4. Las menciones que a la especialización en determinadas materias se incluyan en la publicidad deberán responder a la posesión de títulos académicos o profesionales, a la superación de cursos formativos de especialización profesional oficialmente homologados o a una práctica profesional prolongada que las avalen.

5. Quienes ejerzan con su título profesional de origen y se publiciten deberán hacerlo con mención expresa de tal circunstancia, debiendo utilizarse en cualquier caso la denominación que corresponda de conformidad con lo dispuesto en las normas aplicables, prohibiéndose el uso de los títulos de “Abogado” o “Abogada” expresados en cualquiera de las lenguas oficiales de España para la debida protección de los consumidores de los servicios jurídicos.

6. Cuando la denominación del título profesional sea coincidente en más de un Estado se añadirá al título profesional una mención expresa del país de origen.



CÓDIGO DEONTOLÓGICO

ARTÍCULO 6: DE LA PUBLICIDAD

7. Asimismo, cuando la regulación de la profesión en el país de origen implique limitaciones o especialidades en cuanto al ámbito de la actividad, se deberá añadir también una mención de la organización profesional a la que pertenezca en dicho país y, en su caso, del órgano u órganos jurisdiccionales ante los que esté habilitado para ejercer.

8. Igualmente, quienes ejerzan la Abogacía no podrán traducir su título español a otro idioma cuando esa traducción corresponda a una categoría profesional determinada en otro país.

9. No se permitirá la publicidad encubierta, debiendo hacerse constar en sitio visible y de modo perfectamente comprensible que se trata de contenido publicitario.



ESTATUTO GENERAL DE LA ABOGACÍA ESPAÑOLA

ARTÍCULO 25: DE LA PUBLICIDAD

1. El abogado podrá realizar publicidad de sus servicios, que sea digna, leal y veraz, con absoluto respeto a la dignidad de las personas, a la legislación sobre publicidad, sobre defensa de la competencia y competencia desleal, ajustándose en cualquier caso a las normas deontológicas.

2. Se considerará contraria a las normas deontológicas de la Abogacía la publicidad que suponga:

a) Revelar directa o indirectamente hechos, datos o situaciones amparados por el secreto profesional.

b) Incitar genérica o concretamente al pleito o conflicto.

c) Ofrecer sus servicios, por sí o mediante terceros, a víctimas de accidentes o desgracias, a sus herederos o a sus causahabientes, en el momento en que carecen de plena y serena libertad para la elección de abogado por encontrarse sufriendo dicha reciente desgracia personal o colectiva.

d) Prometer la obtención de resultados que no dependan exclusivamente de la actividad del abogado.

e) Hacer referencia directa o indirecta a clientes del propio abogado.

f) Utilizar los emblemas o símbolos colegiales y aquéllos otros que por su similitud pudieran generar confusión, al reservarse su uso para la publicidad institucional que pueda realizarse en beneficio de la profesión en general.

3. Los abogados que presten sus servicios en forma permanente u ocasional a empresas individuales o colectivas, deberán exigir que las mismas se abstengan de efectuar publicidad respecto de tales servicios que no se ajuste a lo establecido en este Estatuto General.



REGULACIÓN COMUNITARIA

CÓDIGO DE DEONTOLOGÍA DE LOS ABOGADOS EUROPEOS DEL CONSEJO GENERAL DE LA ABOGACÍA EUROPEA (CCBE)



2.6 Publicidad personal:

2.6.1. *El abogado no hará publicidad personal ni encargará a otro que la haga allí donde esté prohibida. Por lo demás, el Abogado sólo hará publicidad personal o encargará a otro que la haga en la medida que las normas del Colegio al que pertenezca o se lo permitan.*

2.6.2. *Se presumirá que la publicidad personal, en particular en los medios de comunicación, se hace en el lugar donde está permitida, cuando el Abogado demuestre que ha sido realizada para ser conocida por los clientes ya existentes o potenciales establecidos en un territorio donde esta publicidad está permitida y que su difusión en otro lugar es incidental.*



***“El Derecho es la más noble de las profesiones
o el más vil de los oficios, todo depende de la
persona.”***



MUCHAS GRACIAS

Valladolid, Mayo 2019