

ESTATUTO GENERAL DE LA ABOGACIA ESPAÑOLA

1982. DEROGADO

2001. VIGENTE

2013. APROBADO.

Artículo 25.1.- 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.

Artículo 20. Principio de publicidad libre.

El abogado podrá realizar libremente publicidad de sus servicios, con pleno respeto de la legislación sobre publicidad, defensa de la competencia y competencia desleal, así como del presente Estatuto General y de los Códigos deontológicos que resulten aplicables.

Artículo 21. Publicidad

1.- La publicidad que realicen los abogados respetará en todo caso la independencia, libertad, dignidad e integridad como principios esenciales y valores superiores de la profesión así como el secreto profesional.

Artículo 25.2. Se considerará contraria a las normas deontológicas de la abogacía la publicidad que suponga:

Artículo 21.2. La publicidad no podrá suponer:

- a). Revelar directa o indirectamente hechos, datos o situaciones amparados por el secreto profesional.
- a) La revelación directa o indirecta de hechos, datos o situaciones amparados por el secreto profesional.
- b). Incitar genérica o concretamente al pleito o conflicto.
- b). La incitación genérica o concreta 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.
- c). La oferta de servicios profesionales, por sí o mediante terceros, a víctimas de accidentes o desgracias y a sus herederos y causahabientes, en momentos o circunstancias que condicionen la elección de libre abogado.

c). Propuesta nuevo Código Deontológico.

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 desgracias y a sus herederos y causahabientes, en momentos y 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 víctimas de accidentes o infortunios recientes, o a sus herederos o causahabientes, que carezcan de la plena y serena libertad para la elección del abogado. Estas prohibiciones quedarán sin efecto en el caso de que la prestación de estos servicios profesionales haya sido solicitada expresamente por la víctima.

(En parte la redacción responde al Art. 8 de la Ley de 27 de abril de 2015 del Estatuto de la Víctima del Delito).

- d). Prometer la obtención de resultados que no dependan exclusivamente de la actividad del abogado.
- d). La promesa de obtener resultados que no dependan exclusivamente de la actividad del abogado.
- e). Hacer referencia directa o indirecta a clientes del propio abogado.
- e). La referencia a clientes del propio abogado sin su autorización, salvo lo previsto en el Art. 55. Contratación pública.
- f). Utilizar los emblemas o símbolos colegiales y aquellos otros que por su similitud pudieran generar confusión al reservarse su uso para la publicidad institucional que pudiera realizarse en beneficio de la profesión en general.
- f). La utilización de emblemas o símbolos institucionales o colegiales y de aquellos otros que por su similitud pudieran generar confusión.
- g). La mención de actividades realizadas por el abogado que sean incompatibles con el ejercicio de la abogacía.

Artículo 25.3. 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 el Estatutos general. (desaparece la previsión)

Artículo 21.3 (nueva previsión). Las menciones que a la especialización en determinadas materias incluyan los abogados en su 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 la avale.

CÓDIGO DEONTOLÓGICO CONSEJO GENERAL DE LA ABOGACIA

ADAPTACIÓN AÑO 2002

Artículo 7.- De la publicidad

- 1.- El abogado podrá realizar publicidad, que sea digna, leal y veraz, de sus servicios profesionales, con absoluto respeto a la dignidad de las personas, a la legislación existente sobre dichas materias, sobre defensa de la competencia y competencia desleal, ajustándose en cualquier caso a las normas deontológicas recogidas en el presente Código y las que, en su caso, dicte el Consejo Autonómico y el Colegio en cuyo ámbito territorial actúe.
- 2.- Se entiende que vulnera el presente Código Deontológico , aquella publicidad que comporte, entre otros supuestos:
 - a). Revelar directa o indirectamente hechos, datos o situaciones amparados por el secreto profesional.
 - b). Afectar a la independencia del abogado.
 - c). Prometer la obtención de resultados que no dependan exclusivamente de la actividad del abogado que se publicita.
 - d). Hacer referencia directa o indirectamente a clientes del propio Abogado que utiliza la publicidad o a asuntos llevados por éste, o a sus éxitos y resultados.

- e). Dirigirse por sí o mediante terceros a víctimas de accidentes o desgracias que carecen de plena y serena libertad para la elección de abogado por encontrarse en ese momento suficiente una reciente desgracia personal o colectiva, o a sus herederos o causahabientes.
- f) Establecer comparaciones con otros abogados o con sus actuaciones concretas o afirmaciones infundadas de auto alabanza.
- g). Utilizar los emblemas o símbolos colegiales y aquellos otros que por su similitud pudieran generar confusión, ya que su uso se encuentra reservado únicamente a la publicidad institucional que, en beneficio de la profesión en general, sólo pueden realizar los Colegios, Consejos Autonómicos y el Consejo General de la Abogacía Española.
- h). Incitar genérica o concretamente al pleito o conflicto.
- i). Utilizar medios o expresiones, audiovisuales o escritos que supongan un descrédito, denigración o menosprecio de la Abogacía, de la Justicia y de sus símbolos.
- j). No identificar al Abogado o Bufete Colectivo que ofrece sus servicios.
- k).- Utilizar medios o contenidos contrarios a la dignidad de las personas, de la Abogacía o de la Justicia.

Artículo 8.- Competencia desleal

- 1.- El Abogado no puede proceder a la captación desleal de clientes.
- 2.- Son actos de competencia desleal todos aquellos que contravengan las normas tanto estatales como autonómicas que tutelen la leal competencia y en especial los siguientes:

- a). La utilización de procedimientos publicitarios directos e indirectos contrarios a las disposiciones de la Ley General de Publicidad, y a las normas específicas sobre publicidad contenidas en el presente Código Deontológico y restantes normas complementarias.
- b). Toda práctica de captación directa o indirecta de clientes que atenten a la dignidad de las personas o a la función social de la Abogacía.
- c). La utilización de terceros como medio para eludir las obligaciones deontológicas. Se considerará responsable al abogado o abogados favorecidos por tal publicidad en caso de incumplimiento del Art. 28.3 del Estatuto General de la Abogacía Española en tanto no acrediten su total ajeneidad y su dimisión inmediata del encargo profesional al tener conocimiento de aquella.
- d). La percepción o el pago de contraprestaciones infringiendo las normas legales sobre competencia y las establecidas en este Código Deontológico.
- e). ~~La contravención de los artículos 15 y 16 de este Código, y/o~~ la prestación de servicios gratuitos que suponga la venta a pérdida en los términos establecidos en el artículo 17 de la Ley de Competencia desleal.