

## RESOLUCION N° 24670

### COLEGIO DE ABOGADOS DE CORDOBA

CORDOBA, 22 de Diciembre de 2015

#### VISTO:

El Proyecto de Reglamento de Publicidad Profesional.-

#### CONSIDERANDO:

1) Lo expuesto por la comisión redactora y el debate realizado en el seno del Directorio en Sesión del 22/12/2015, en la que se analizaron los antecedentes del mismo, tales como el Reglamento vigente desde el 14/11/2006, diferentes propuestas de modificación elevadas al Directorio y antecedentes nacionales y extranjeros en la materia.

2) Que se ha establecido una estructura metodológica al reglamento que permite a los matriculados poder visualizar claramente el principio general que rige nuestra publicidad, la diferencia entre contenido y medios, una orientación del contenido que deben resguardar los anuncios y los medios por los que se puede publicitar, concluyendo en las prohibiciones de índole ético y comercial, por ello.

#### EL DIRECTORIO DEL COLEGIO DE ABOGADOS DE CORDOBA, RESUELVE:

1) Aprobar el REGLAMENTO PARA LA PUBLICIDAD DE SERVICIOS PROFESIONALES:

**ART. 1°.- PRINCIPIO GENERAL:** La publicidad de la profesión se podrá realizar mediante anuncios, debiendo ser digna, leal, objetiva y veraz, tanto en su contenido como en el medio utilizado, respetando las normas éticas de la profesión y la dignidad de las personas, evitando descredito, denigración o menosprecio de la Abogacía, y cualquier formulación que tienda a procurarse clientela por medios incompatibles con el decoro, discreción, honestidad y la dignidad profesional; teniendo particularmente en cuenta la calidad profesional y no comercial del servicio que se brinda y ofrece.- **ART. 2°.- FORMA DE LA PUBLICIDAD:** Todo anuncio debe contener la identidad personal del abogado, expresando obligatoriamente el nombre, apellido, matrícula habilitante y el domicilio del estudio donde ejerce habitualmente la profesión. Cuando se usen denominaciones que permitan referir o atribuir a una o más personas la idea del ejercicio de la abogacía (“Estudio”, “Asesoría”, “Asesoría Jurídica”, “Consultorio Jurídico”, “Tramites Judiciales”, “Centro de Asistencia Legal”, “& asociados”, etc.) deben mencionar el o los abogado(s) matriculado(s) responsable(s) encargado(s) directa y personalmente de las tareas (art. 22, inc. 7 Ley 5805). Esta disposición rige aún cuando se trate de servicios jurídicos que se presten complementaria o supletoriamente en asociaciones, entidades, instituciones, organizaciones, agrupaciones, etc., en las que el rubro principal lo constituya el servicio prestado por integrantes de otras profesiones u otras actividades.- **ART. 3°.- MEDIOS DE PUBLICIDAD:** Los abogados pueden ofrecer sus servicios mediante anuncios publicitarios en cualquier medio de difusión, a través de dominios web gratuitos o no, paginas web, redes sociales y/o grupos y/o blogs, tarjetas personales, papelería, letreros, placas, zócalos y banners digitales, publicar artículos jurídicos y de opinión, presentarse en directorios profesionales; siempre que tales promociones cumplan con lo establecido en el presente Reglamento, en las normas contenidas en la Ley 5805 Capítulo IV, y demás normas que rigen la materia.- **ART. 4°.- CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD:** La publicidad podrá mencionar: teléfono, correo electrónico, paginas web, blogs o perfil social de contacto, logotipo

del estudio, áreas o materias jurídicas de ejercicio preferente, títulos académicos, integrantes del estudio, días y horario de atención.-La publicidad de la profesión no puede hacerse, sea directa o indirectamente, con contenido que implique una comercialización de la profesión o una competencia desleal, y los anuncios deberán exhibir un lenguaje y una estética sobrios, evitando el estilo comercial o de propaganda.- **ART. 5.- PROHIBICIONES DE INDOLE**

**COMERCIAL:** La publicidad en ningún caso podrá: **a.-** Ofrecer públicamente consultas o trabajos gratuitos, o con diversas modalidades que importen la utilización de honorarios profesionales y/o gastos causídicos como factor de competencia profesional o que directa o indirectamente se haga alusión a reducción de honorarios como: “sin pago inicial”, “sin gastos”, “facilidades de pago”, “honorarios mínimos”, “honorarios en cuotas” o “ aprovecha este mes la promoción” “sin abonar aporte inicial“, “consulta on line sin cargo” o manifestación similar, o expresiones que implícita o explícitamente incluyan en su texto alusiones de carácter económico referentes a honorarios, gastos o costas. **b.-** Incluir expresiones que induzcan a engaño o invoquen éxitos profesionales no comprobables (“1º en Accidentes”, “Divorcio Exprés”, “Cobro asegurado”), estadísticas ficticias, datos inexactos o invocaciones que por su particular redacción y ambigüedad, induzcan a error o confusión al público o aseguren públicamente resultados de la gestión profesional tanto haciendo alusión a la celeridad del tramite como al éxito del mismo. **c.-** Ofrecer públicamente los servicios profesionales mediante folletos, volantes, afiches, pasacalles, publicidad callejera, por intermedio de promotores, vía telefónica, publicidad periodística, radial, televisiva, por Internet o por cualquier medio que pretenda atraer a clientela con información que solo importe un fin comercial o propagandístico. **d.-** Efectuarse mediante letreros, placas, zócalos o banners, sean de cualquier tipo de material o imagen digital, expuesta en vía pública o internet, de tamaño desmedido (que supere el 10 % de la imagen donde se publica) o con caracteres llamativos de estilo y lenguaje meramente comercial o publicitario. **ART. 6.- PROHIBICIONES DE INDOLE**

**ÉTICO:** La publicidad en ningún caso podrá: **a.-** Utilizar medios o contenidos contrarios a la dignidad de las personas, de la Abogacía o de la Justicia **b.-** Invocar títulos, antecedentes y dignidades que no se posean. **c.-** Anunciar especialidad, sin poseer título o certificado académico expedido por Universidad Publica o Privada reconocida. **d.-** Revelar directa o indirectamente hechos, datos o situaciones amparados por el secreto profesional. **e.-** Establecer comparaciones con otros abogados, sus actuaciones, y hacer referencia directa o indirectamente a clientes o asuntos propios o ajenos, sus éxitos o resultados. **f.-** Efectuar cualquier expresión que pueda interpretarse como tendiente a aprovechar toda influencia política o cualquier otra situación excepcional. **g.-** Incluir el escudo, logotipo o los símbolos de propiedad de la institución colegial, que pueda inducir a engaño o confusión al público haciendo suponer o sugerir identificación entre el matriculado y la entidad que gobierna la matrícula. **d.-** Dirigirse por si o mediante terceros a víctimas, herederos o causahabientes de accidentes, infortunios o situaciones excepcionales, que carecen de la plena libertad para la elección de abogado por encontrarse en ese momento sufriendo una reciente desgracia individual o colectiva.