

Consultas Deontología

CONSULTA I: He tenido conocimiento de una publicidad profesional por medio de tarjetas de visita distribuidas a través de diversos medios un tanto “heterodoxos”, tales como el habitáculo de un taxi, quioscos, cabinas de teléfono, etc. ¿Se trata de una publicidad acorde con la normativa deontológica, o bien, se debería considerar contraria a la misma?

RESPUESTA: La publicidad se encuentra regulada en el art. 7 del Código Deontológico en relación al artículo 25 del R.D. 658/2001, de 22 de junio, que regula el Estatuto General de la Abogacía.

Dichos artículos establecen la publicidad que se puede realizar, concretamente aquella que sea “digna, leal y veraz de sus servicios profesionales, con absoluto respeto a la dignidad de las personas, a la legislación...” y relaciona aquella otra que considera contraria a las normas deontológicas, debiendo considerarse dicha relación como números clausus, al encontrarnos ante Derecho Administrativo Sancionador.

Se hace una remisión expresa a la legislación vigente sobre publicidad y a la normativa sobre defensa de la competencia y competencia desleal, que habrá que tener presente a la hora de realizar cualquier actividad publicitaria.

La inmensa mayoría del colectivo se incorporó al ejercicio profesional estando vigente la anterior regulación sobre la materia, que prohibía “el anuncio o difusión de sus servicios, directamente o a través de medios publicitarios...”, por lo que, al día de hoy, se hace difícil asistir a determinadas actividades publicitarias, como de la que trae causa la presente respuesta, consecuencia de la liberalización que sufrió la normativa con la entrada en vigor de las medidas liberalizadoras en materia de Colegios profesionales, allá por el año 1997.

Como tiene dicho el C.G.A.E., la dignidad de la publicidad no se encuentra en el continente sino en el contenido, por lo que, si éste último es objetivo, leal y veraz, y el soporte utilizado es admisible en la Ley General de Publicidad, no puede considerarse contraria a la normativa deontológica la publicidad realizada, si bien el método empleado, como reflexiona igualmente el Consejo, no es el idóneo, ni deseable, ni recomendable para la imagen de la profesión.

CONSULTA II: Acude al despacho un cliente imputado en un tema de violencia doméstica, planteándome ese tema y la posibilidad de iniciar un procedimiento civil de separación. Ese mismo día aparece en el despacho la esposa del anterior, quien me plantea la posibilidad de contratar mis servicios.

¿Estaría obligado a asumir la dirección profesional del marido por haberme entrevistado con él en primer lugar? ¿Puedo asumir la defensa de la mujer en el procedimiento civil?

Se hace mención expresa a que la consulta del marido se ciñó al asunto de violencia doméstica y se trató de forma muy general la cuestión matrimonial, sin que, en ningún caso, haya riesgo de que se viole el secreto profesional ni que resulte beneficio para la esposa por la información obtenida del cliente.

RESPUESTA: No se encuentra obligado a asumir la dirección profesional del marido por el simple hecho de haberse entrevistado en primer lugar con él. Ahora bien, dado que el tema tratado se ciñó, principalmente, a la violencia doméstica, no se considera apropiado que se persone en nombre de la mujer en las diligencias correspondientes.

Respecto del tema civil de separación, si efectivamente no existe riesgo de violación del secreto profesional ni beneficio para la cliente por la información obtenida del anterior, no existiría inconveniente alguno en asumir la defensa de la mujer. 

