



**TABLA:**

**1º)** Continuación aprobación de Reglas sobre Formación de Clientela y relación con los Medios de Comunicación.

El **Presidente** señaló que ha estado trabajando y recogiendo las observaciones planteadas en la pasada Sesión sobre la materia, respecto a lo cual preparó un borrador que envió a Pablo Fuenzalida y a Cristián Muga para que hicieran sus observaciones respecto a lo que ellos mismos recogieron de esa sesión, de lo cual salió el documento marcado que todos tienen y en el que aparecen las observaciones al proyecto que fue sometido a discusión en la sesión del 13 de Septiembre.

Agregó que a su vez, hay un segundo documento que contiene observaciones más bien formarles, planteadas por el Consejero Sr. Antonio Bascuñán, de tal modo que los documentos de trabajo que tienen son **1º)** el documento marcado y enviado junto a la convocatoria, **2º)** el documento en que consta las observaciones del Consejero Sr. Antonio Bascuñán y **3º)** el documento en limpio que recoge la proposición que formula la Mesa, recogiendo las observaciones planteadas en la pasada sesión.

El Consejero Sr. **Enrique Alcalde** hizo presente que omitió señalar en la pasada sesión, su preocupación por aquellas normas que aparecen tener como destinatarios, entre otros, a los Estudios Jurídicos. Consulta si en estos mismos párrafos, o en otro más general del Código de Ética, se ha pensado abordar los casos de Estudios Jurídicos que tengan socios colegiados y socios no colegiados, de manera tal que esto no se transforme en una responsabilidad por el hecho ajeno, cuando el Estudio actúa de una determinada manera, aún en contra de la opinión de algunos de sus socios.

Al respecto consultó si el tema fue tratado dentro de la Comisión.

El Coordinador, **Pablo Fuenzalida** señaló que el problema de los Estudios ha rondado durante todo el trabajo de la comisión. Discutieron en su oportunidad la normativa al interior de los Estudios de Abogados, con el objeto de hacer responsable a los socios y asociados respecto a conductas que sean antiéticas al interior de los Estudios y cuál es el grado de responsabilidad de cada uno.

A pesar que el tema de los Estudios como sujetos obligados por las reglas de ética fue discutido, no acordaron una regla específica, ya que al ser la colegiatura voluntaria en Chile, hacer una definición de Estudios de Abogados y hacer extensivas las reglas a los no colegiados es sumamente complejo, ya que enfrentan una barrera constitucional y legal. Por lo tanto, como forma de trabajo, se ha hecho mención a los Estudios, pero



responsabilizando a las personas naturales que el Colegio sí puede sancionar actualmente.

La Consejera Sra. **María de los Ángeles Coddou** expresó que hay dos temas que son distintos y que de alguna manera el Colegio tiene que abordar: **1º)** la afiliación voluntaria al Colegio y **2º)** otra cosa es que las oficinas de abogados o los Estudios Jurídicos pueden hacer obligatorias a sus miembros las normas del Código de Ética, lo que es muy distinto a un tema de colegiatura obligatoria.

El **Presidente** señaló que es una política aspiracional que ya se ha discutido en el Consejo que este Código, cualquiera sea el ordenamiento que tenga la profesión en adelante, sea adoptado como el Código de la profesión de abogado.

Agregó que la idea es que el Código sea aplicable a los asociados o a quienes estén sujetos a otros regímenes disciplinarios y el esfuerzo que están realizando va en esa dirección y no hay ninguna razón para pensar que no van a tener éxito.

Señaló que el propio Consejero Sr. Enrique Alcalde ha planteado en su reserva que este Código, particularmente en materias de publicidad y sollicitación, si no tiene como destinatario a los Estudios es vacío y un ejercicio infértil.

Hizo presente que ésto abre la posibilidad de que tengan alguna asociatividad de Estudios, pero eso merece otra reflexión ya que lo expuesto está dirigido a la profesión de abogado.

El Consejero Sr. **Arturo Alessandri** hizo presente que también se ha dado la paradoja al revés. Cuando el Colegio ha sancionado a algún abogado de un Estudio, ha habido manifestaciones de socios de ese Estudio en que han pretendido involucrar al Estudio completo, que es un poco el concepto de España.

Agregó que las responsabilidades son personales entre comillas, porque obviamente pueden estar involucrados varios abogados y puede haber uno o varios socios que dirigen un tema, pero en definitiva el que firmó el escrito es en definitiva al que se sanciona, pero detrás de él hay varios socios que participan.

Hizo presente que el tema es importante, relevante y sugirió mirar las normas que hay en España, ya que debiera incluir la mayor cantidad de Estudios y de abogados.



El **Presidente** sugirió dejar para las normas generales la posibilidad de incluir a los Estudios como sujetos de este Código de Ética. Agregó que atendida la manera en que se están organizando los Estudios, no cabe duda que tienen una voluntad corporativa cada vez más separada de lo que son sus socios.

El Consejero Sr. **Arturo Prado** manifestó que en España, en el año 2005, se dictó una ley que hace responsable al Estudio como persona de este tipo de prácticas, porque está regulado en el Código de buenas prácticas.

El **Presidente** reiteró que es una razón más para que el tema de los Estudios se deje para la discusión e incorporación en la parte general, si así se acordase.

A continuación el **Presidente** expresó que pasarán al análisis de las reglas, las que han sido tituladas de acuerdo al criterio adoptado en ocasiones anteriores.

El **Presidente** procedió a dar lectura a las siguientes Reglas:

Reglas sobre formación de clientela y relación con los medios de comunicación

A) Propositiones normativas en materia de información al público sobre servicios profesionales.

Regla (1.1). Información sobre servicios profesionales. Para formar su clientela el abogado o estudio podrá informar honesta y verazmente, por sí o a través de terceros, sobre sus servicios legales, respetando los deberes de la profesión de abogado.

En consecuencia, al abogado y a los estudios profesionales les está prohibido:

- (i) Prometer la obtención de resultados que no dependan exclusivamente de su desempeño profesional.
- (ii) Ofrecer el empleo de medios contrarios al ordenamiento jurídico.
- (iii) Dar a entender que poseen la capacidad de influir en la autoridad personalmente o a través de terceros.
- (iv) Revelar información protegida por el deber de confidencialidad.
- (v) Dar a conocer la identidad o asuntos de sus clientes sin el consentimiento informado de éstos.
- (vi) Valerse de comparaciones con otros abogados o estudios sobre bases indemostrables.



El **Presidente** señaló que lo anterior es lo que se acordó en la Sesión pasada respecto a lo cual tiene dos observaciones que estima deben ser materias de consideración y decisión del Consejo.

La primera tiene que ver con el encabezamiento. En la Sesión pasada se acordó que **Para formar su clientela el abogado o estudio podrá informar verazmente**. Agregó que revisando los casos de aplicación de la regla, las prohibiciones de los N°s del (i) al (vi), su impresión es que “*verazmente*” solo está cubierta con el (vi). Los otros, no son veraz porque con prescindencia de la veracidad está prohibido:

- (i) Prometer la obtención de resultados que no dependan exclusivamente de su desempeño profesional.
- (ii) Ofrecer el empleo de medios contrarios al ordenamiento jurídico.
- (iii) Dar a entender que poseen la capacidad de influir en la autoridad personalmente o a través de terceros.
- (iv) Revelar información protegida por el deber de confidencialidad.
- (v) Dar a conocer la identidad o asuntos de sus clientes sin el consentimiento informado de éstos.
- (vi) Valerse de comparaciones con otros abogados o estudios sobre bases indemostrables.

Por lo anterior propone que además de veraz, se agregue “honestamente”, respecto a lo cual hay un disenso con Cristián Muga y Pablo Fuenzalida que estiman que basta con que se indique “verazmente”.

Hizo presente que recibió un email de Cristián Muga quien señala que “Una información verídica sobre servicios legales será, por regla general, honesta. Lo mismo ocurre a la inversa, la información entregada en forma deshonesto difícilmente será veraz. Es complejo discernir sobre qué hipótesis de información veraz puedan ser deshonestas, o al revés.”

Reiteró que a su juicio hay una diferencia entre veraz y honesto, porque una cosa puede ser veraz, y deshonesto. Agregó que las prohibiciones muestran que hay casos en que siendo veraz se puede ser deshonesto, por ejemplo cuando se viola el secreto profesional.

**SE ACORDÓ QUE EL ENCABEZAMIENTO CONTENGA AMBOS CONCEPTOS “VERAZ” Y “HONESTAMENTE”.**

A continuación el **Presidente** señaló que en los puntos específicos se ha cambiado simplemente la redacción:



(iii) Dar a entender que poseen la capacidad de influir en la autoridad personalmente o a través de terceros.

(v) Dar a conocer la identidad o asuntos de sus clientes sin el consentimiento informado de éstos.

Hizo presente que el Consejero Sr. **Antonio Bascuñán** propone fundir el (iv) y (v), porque entiende que están incluidos dentro del deber de confidencialidad.

Al respecto se refirió a su experiencia en Alemania y señaló que en consideración a que el Código no debe ser para expertos sino para todos los abogados, las cosas que hay que reiterar a veces, conviene hacerlo.

Por lo anterior sometió a votación la propuesta del Consejero Bascuñán.

La Consejera Sra. **María de los Ángeles Coddou** aclaró que en la propuesta del consejero Bascuñán van incluidos al final, incluyendo su “identidad y asunto”, por lo tanto lo reitera dentro del mismo capítulo y estaría de acuerdo con lo propuesto, porque sin excluirlo lo incluye.

**SE ACORDÓ APROBAR LA FUSIÓN DE (iv) Y (v) PROPUESTA POR EL CONSEJERO SR. ANTONIO BASCUÑÁN.**

El Consejero Sr. **Luis Ortíz** señaló que a su juicio, el consentimiento que debe prestar el cliente debe tener la información necesaria como para poder discriminar si de esa divulgación se puede producir directa o indirectamente un perjuicio para él o su empresa. Por consiguiente, dar el consentimiento para poder divulgar el nombre del cliente para ponerlo en Martindale no es lo mismo que para una propaganda en el Diario, o dependerá de los demás clientes que lo acompañen en el listado.

Por lo tanto deja constancia que ese consentimiento que da el cliente debe estar precedido de una información que determine el medio por el cual se lleva a cabo la información.

El Consejero Sr. **Lucas Sierra** propuso que la Regla queda redactada como indica:

(iv) Revelar información protegida por el deber de confidencialidad sin el consentimiento informado del cliente incluyendo su identidad y asunto.

El **Presidente** propuso la siguiente redacción:



iv) Revelar información protegida por el deber de confidencialidad, incluyendo la identidad y asuntos del cliente sin su consentimiento informado.

### **ASÍ SE ACORDÓ.**

A continuación el **Presidente** dio lectura a la siguiente Regla:

#### B) Propositiones normativas en materia de solicitud

Regla (1.2). Prohibición de la solicitud. Para formar su clientela, al abogado o su estudio, le está prohibido recurrir a la solicitud.

Se entiende por solicitud toda comunicación iniciada por un abogado o por un estudio, dirigida, por sí o por medio de terceros, a un destinatario o grupo de destinatarios determinados, en relación con uno o más asuntos específicos y cuya intención sea la contratación de ese abogado o estudio.

El Consejero Sr. **Arturo Prado** recordó que a raíz del terremoto hubo varias campañas de ofertas de crédito hipotecario, bajar las tasas de interés, etc. que han llegado a los Tribunales de Policía Local como publicidad engañosa lo que coincide plenamente con la glosa que señala **Se entiende por solicitud toda comunicación iniciada por un abogado o por un estudio, dirigida, por sí o por medio de terceros, a un destinatario o grupo de destinatarios determinados...** por lo tanto es publicidad y los tribunales así lo están fallando en forma reiterada y falta que la Corte confirme que es publicidad.

El Consejero Sr. **Julián López** expresó que lo que hace la diferencia en este caso, es que se trata de información entregada en relación con uno o más asuntos específicos y eso es lo que lo convierte en solicitud.

El abogado Sr. **Cristian Muga** hizo presente que la norma sobre solicitud se vincula necesariamente a la norma que habla de información al público de servicios legales. Una es la contrapartida de la otra. Mientras se está facultando a los abogados para informar al público sobre servicios legales en las condiciones conocidas, se está prohibiendo de modo absoluto la solicitud, porque entienden que el problema es que todo aquello que no sea un asunto específico y a un grupo de destinatarios determinados, va a ser una conducta lícita y esa conducta es de información.

Agregó que dónde está el punto por lo cual la *solicitud* en cualquiera de las regulaciones, a las que el grupo consultó para los efectos de esta proposición encuentra razón de su ilicitud, se vincula con la “asimetría de información”. Señaló que la asimetría de información se



produce cuando el abogado envía una comunicación a un grupo de receptores determinados, que están en una situación de necesidad específica y esa situación de necesidad está relacionada necesariamente con la existencia de un asunto actual y por lo tanto específico.

Agregó que cuando uno de los dos elementos de la solicitud desaparece, entonces no hay solicitud y lo que hay es una situación de información al público sobre servicios legales, que tendrá que ser calificada conforme a esa norma, de acuerdo con la regla 1.

En cualquiera de los ejemplos que han visto ahora, pareciera ser que falla, el asunto específico, como en el caso de los seguros por ejemplo.

Agregó que lo que la norma debe hacer, para los efectos de verificar si están en presencia de solicitud, es chequear si el test de asunto específico y grupo de destinatarios determinados, se cumple porque ahí es donde están en presencia de solicitud.

La Consejera Sra. **María de los Ángeles Coddou** señaló que le preocupaba, más que la división entre solicitud y publicidad, que estima es más bien materia de prueba en el momento específico, el tema de los estudios jurídicos, ya que parece incoherente que tengan como una especie de sujeto activo de una conducta infraccional a quienes no son reconocidos como sujetos.

El **Presidente** señaló que de acuerdo a lo que han visto habría dos caminos **1º)** que los estudios puedan ser asociados al Colegio, lo que significaría tal vez una reforma a los Estatutos y **2º)** que los socios administradores respondan y se hagan responsables del actuar de sus abogados.

Agregó que hay varios conceptos transversales y Pablo Fuenzalida preparará un informe para definir esos conceptos dentro de las Reglas. Tal es el concepto “cliente” en los distintos contextos en que aparece en el Código.

El Consejero Sr. **Julián López** señaló que coincide con lo expresado por la Consejera Sra. Coddou y llama la atención que uno de los cuerpos normativos que están analizando, el destinatario de la norma sea el abogado o Estudio y no así en los otros, porque en todas las demás reglas que han discutido siempre el destinatario es el abogado.

El **Presidente** señaló que pareciera que en este caso particular el tema del Estudio es muy importante.



El Consejero Sr. **Luis Ortíz** expresó que pensando como abogado Defensor del acusado, le parece inconveniente la expresión “iniciada” porque para que exista solicitud se requiere **1º)** que haya una comunicación iniciada por el abogado o Estudio y **2º)** que sea dirigida por sí o por medio de terceros. Agregó que lo que puede ocurrir es que una persona que no tenga la representación del Estudio, mande la carta ofreciendo los servicios y que después la dirija un abogado que represente formalmente al Estudio y va a señalar que la primera comunicación no fue iniciada, ni por el Estudio ni por ningún abogado y por consiguiente, no se cumplen los requisitos. Por lo tanto, sugirió cambiar la disposición iniciada por “expedida” “hecha” o cualquier otra similar.

El Consejero Sr. **Lucas Sierra** señaló que deber ser una formula que sea más inclusiva en la que participe un abogado de un Estudio.

El abogado **Cristián Muga** recordó que hay razones por las cuales se hizo distinción en esta norma:

- 1º) el primer ámbito de distinción **es la comunicación iniciada por un abogado o por un estudio** y luego,
- 2º) **dirigida, por sí o por medio de terceros**

Agregó que estas dos expresiones, lo que buscan es hacer responsable al abogado siempre, sea cual sea el formato o la excusa bajo la cual se envíe la comunicación.

Hizo presente que lo que el grupo pensó al momento de proponer está redacción, se vincula a lo expresado por el Consejero Sr. Julián López y es que se advirtió que gran parte de las comunicaciones que podrían ser calificadas como solicitudes prohibidas venían hechas por Estudios y no suscritas por abogados o personales naturales y por eso les pareció al comienzo del trabajo, que era necesario responsabilizar siempre y en todo caso al abogado. Sea que la comunicación esté firmada por él, por un Estudio, o por un tercero distinto a ese Estudio. Por eso la hipótesis de redacción incluye todas esas posibilidades.

El Consejero Sr. **Julián López** señaló que la regla se dirige al abogado sin importar el medio.

El Consejero Sr. **Lucas Sierra** señaló que la distinción entre el origen y el medio objetivo añade dificultades de prueba, pero no cree que sea bueno agregar dificultades potenciales de prueba, porque puede ser iniciada por otro y dirigida por un abogado.





Sugirió redactar una hipótesis lo más clara posible que no introduzca esas distinciones, entre otras cosas, para ahorrar costos probatorios.

El Consejero Sr. **Arturo Prado** sugirió que se pongan ejemplos prácticos, salidos de la práctica cotidiana, respecto a lo cual dio algunos ejemplos, como es la entrega de volantes con publicidad que entregan fuera de los Juzgados del Trabajo, Registro Civil, etc.

El **Presidente** señaló que esos ejemplos eran apropiados para la comprensión de la regla. Sugirió acoger lo expresado por el Consejero Sr. Luis Ortiz y poner que “toda comunicación de un abogado o de un Estudio dirigida por sí o por medio de terceros “.

El Consejero Sr. **Héctor Humeres** consultó si los volantes aludidos por el Consejero Prado, que se entregan a la salida de la inspección del trabajo, por ejemplo, estarían fuera de esta norma porque serían publicidad.

El **Presidente** señaló que todo indica que sí es publicidad. Sugirió que ese caso lo tengan presente al discutir el inciso final de esta norma, para que cubra todo este tipo de situaciones, tal como la expresada por el Consejero Prado.

A continuación el **Presidente** dio lectura a la siguiente parte de la cláusula:

“No se entienden como solicitud las siguientes comunicaciones:”

Al respecto señaló que el Consejero Sr. Antonio Bascuñán sugirió reemplazar “No se entienden como solicitud...” por “No constituyen solicitud...” lo que estima adecuado.

Hizo presente que los cinco puntos siguientes ya fueron discutidos y aprobados en la pasada Sesión:

- (i) La dirigida a personas con quienes el abogado tenga relaciones de parentesco o amistad.
- (ii) La dirigida a un cliente o a quien fue cliente personal del abogado.
- (iii) La dirigida a otro abogado o estudio.
- (iv) La dirigida a un órgano del Estado.



(v) La realizada en el marco de actividades pro bono.

A continuación el **Presidente** hizo presente que la siguiente redacción es delicada porque cubre una serie de situaciones que son las más apremiantes. Como Presidente intentó en su momento prevenir los riesgos de solicitud después del terremoto.

El **Presidente** dio lectura al texto que se está proponiendo:

Aún en tales casos, está prohibida cualquiera comunicación dirigida a obtener un encargo profesional en la que medie engaño, hostigamiento o aprovechamiento de la situación o estado de la vulnerabilidad de los destinatarios.

Hizo presente que a su juicio la palabra “vulnerabilidad” es la palabra crítica en su opinión.

Hizo presente que la palabra “vulnerabilidad”, propuesta por Cristián Muga pretende cubrir todas las hipótesis en que hay una situación de desinformación, urgencia, ansiedad, etc.

Agregó que si dejan claro que quedan incluidos dentro del concepto de “vulnerabilidad”, aquello que de alguna manera está vinculado a un concepto moderno de fuerza frente al débil cuando se aprovecha de la situación de debilidad del débil, ya sea por confianza o cualquier circunstancia que lo pone en una situación por completo asimétrica en cuanto a su capacidad de decisión.

El Consejero Sr. **Héctor Humeres** consultó cómo pueden saber de la vulnerabilidad de una persona, por ejemplo que recibe un volante, que es entregado al azar.

El **Presidente** consultó si estiman que la palabra “vulnerabilidad” sea calificada con ejemplos.

Agregó que hay casos en que la *vulnerabilidad* está en el extremo de la desinformación. Hay casos muy diferentes de vulnerabilidad. Así lo es la relación de un abogado con un desconocido que se encuentra en una situación psicológica de ansiedad, como también la hay en el abogado que se aprovecha de una situación fiduciaria y hace firmar al cliente, que ha depositado su confianza por años en él, un contrato que resulta exorbitantemente beneficioso para el abogado, porque el cliente está en una situación anímica o mental disminuida. Señaló que son muchas las hipótesis.



La Consejera Sra. **María de los Ángeles Coddou** señaló que a su juicio la palabra “vulnerabilidad” es correcta porque es un concepto que recoge correctamente el tema y finalmente no van a ser capaces de analizar cada uno de los casos y en definitiva, la *vulnerabilidad* solo se va a poder probar en el momento del juicio mismo. No cree que porque el cliente haya recibido varios volantes esté afectado.

El Consejero Sr. **Lucas Sierra** recordó que el Consejero Sr. Antonio Bascuñán sugirió sacar la palabra “situación” o “estado” de vulnerabilidad.

El Consejero Sr. **Héctor Humeres** hizo presente que no se trata de una persona vulnerada sino de situaciones de vulnerabilidad.

El Consejero Sr. **Mario Papi** señaló que estaba de acuerdo en que no se trata de una persona vulnerable, sino que de la situación de vulnerabilidad.

Agregó que le pareció bien la redacción que quedara “hostigamiento o aprovechamiento de la vulnerabilidad de los destinatarios”, pero con lo expresado por el Consejero Sierra, volvería atrás y que quede “la situación de vulnerabilidad”

El Consejero Sr. **Julián López** señaló que si miran la enumeración están hablando de una vulnerabilidad que no está calificada, porque están hablando de una solicitud que se produce respecto de personas determinadas, o sea, se dirige a un cliente actual o anterior del abogado. Y la situación de vulnerabilidad no tiene que ver con estado o situación social, sino que es la vulnerabilidad del sujeto en ese momento determinado.

El **Presidente** recordó que originalmente la regla era una contra excepción a la enumeración del inciso tercero y lo que están haciendo ahora es generalizando la regla, de tal manera que en algunos casos pareciera que está demás.

El **Presidente** sometió a votación si se mantiene la proposición anterior, que señala “aprovechamiento de la situación o estado de la vulnerabilidad” o “aprovechamiento de la vulnerabilidad”, quedando en definitiva la redacción como a continuación se indica:

“Aún en tales casos, está prohibida cualquiera comunicación dirigida a obtener un encargo profesional en la que medie engaño, hostigamiento o



aprovechamiento de la situación o estado de la vulnerabilidad de los destinatarios.”

**SE ACORDÓ MANTENER LA REDACCIÓN POR 6 VOTOS A FAVOR y 4 EN CONTRA.**

A continuación el **Presidente** dio lectura a la siguiente Regla:

C) Propositiones normativas en materia de actividades pro bono publico.

Regla (2.1) Actividades pro bono. Los abogados pueden prestar sus servicios profesionales en el contexto de actividades pro bono.

Se entiende que pueden ser ofrecidas y ejecutadas pro bono las siguientes actividades:

(i) La prestación de servicios profesionales a personas de escasos recursos.

(ii) La prestación de servicios profesionales a organizaciones sin fines de lucro, especialmente a aquéllas cuyo objeto sea atender las necesidades de personas de escasos recursos.

El Consejero Sr. **Arturo Alessandri** expresó que en el **(ii) La prestación de servicios profesionales a organizaciones sin fines de lucro, especialmente a aquéllas...** entendía que el principio general era incluir a todos y consultó porque se está haciendo una diferenciación.

**APROBADO.**

El abogado Sr. **Cristián Muga** señaló que el grupo entendió siempre que la actividad ProBono se definía por la prestación de servicios jurídicos de carácter gratuito. En la redacción actual la exigencia de la gratuidad fue eliminada y en su opinión cree que debieran reponerla.

El **Presidente** sugirió agregar: “Los abogados pueden prestar sus servicios profesionales gratuitos en el contexto de actividades Probono”

(iii) La participación en actividades que persigan mejorar el sistema jurídico vigente, incluyendo la profesión legal.

**APROBADO.**

A continuación se refirió a una observación del Consejero Sr. Antonio Bascuñán que tiene que ver con forma y que le parece correcta en la siguiente Regla que señala:



Regla (2.2.) Deber de diligencia profesional. Los servicios profesionales pro bono deben realizarse con la misma calidad con que los abogados o estudios prestan sus servicios remunerados. Es contraria a la ética profesional la instrumentalización por parte del abogado de esta forma de prestar sus servicios profesionales hacia fines ajenos a la promoción del acceso a la justicia, la representación legal efectiva o la consolidación del estado de derecho.

Al respecto el Consejero Sr. Antonio Bascuñán sugiere:

Regla (2.2.) Deber de diligencia profesional. La prestación pro bono del servicio profesional no exime del deber de diligencia del abogado ni atenúa sus exigencias. Es contraria a la ética profesional la instrumentalización por parte del abogado de esta forma de prestar sus servicios profesionales hacia fines ajenos a la promoción del acceso a la justicia, la representación legal efectiva o la consolidación del estado de derecho.

**SE ACORDÓ APROBAR LA REGLA REDACTADA POR EL CONSEJERO SR. ANTONIO BASCUÑÁN.**

A continuación el **Presidente** dio lectura a la siguiente Regla:

D) Proposiciones normativas en materia de declaraciones extrajudiciales y relaciones con los medios de comunicación.

Regla (3.1) Relaciones con los medios de comunicación. Ante los medios de comunicación el abogado debe actuar con veracidad en sus aseveraciones, moderación en sus juicios y contar con el consentimiento informado o presunto de su cliente. Es contrario a la ética profesional servirse de los medios de comunicación para su autoelogio, aún a pretexto de colaborar con ellos o de defender los intereses de un cliente.

Al respecto el Consejero Sr. Antonio Bascuñán sugiere cambiar auto elogio, quedando la redacción como a continuación se indica:

Regla (3.1) Relaciones con los medios de comunicación. Ante los medios de comunicación el abogado debe actuar con veracidad en sus aseveraciones, moderación en sus juicios y contar con el consentimiento informado o presunto de su cliente. Es contrario a la ética profesional servirse de los medios de comunicación para elogio de sí mismo, aún a pretexto de colaborar con ellos o de defender los intereses de un cliente.

**SE ACORDO APROBAR LA REDACCIÓN DE LA REGLA 3.1 PROPUESTA POR EL CONSEJERO SR. ANTONIO BASCUÑÁN.**

El Consejero Sr. **Arturo Alessandri** señaló que lo que sucede normalmente es que es el medio el que reproduce los elogios, por lo tanto



no aparece el abogado auto elogiándose, sino que se le entrega sutilmente al medio de comunicación.

El Consejero Sr. **Jorge Bofill** expresó que entendía que el comentario del Consejero Alessandri está incluido en el inciso 2° de la Regla 3.2 y efectivamente es un tema de los periodistas, por lo tanto podrían reiterar de alguna manera el inciso 2° también en la regla 3.1 **Falta gravemente a la ética profesional quien infrinja esta regla valiéndose de otra persona o con reserva de identidad.**

El Consejero Sr. **Julián López** señaló que a su juicio está implícito.

El Consejero Sr. **Arturo Alessandri** agregó que está de acuerdo con lo propuesto por el Consejero Sr. Jorge Bofill.

El **Presidente** dio lectura a la Regla 3.1. y 3.2

Regla (3.1) Relaciones con los medios de comunicación. Ante los medios de comunicación el abogado debe actuar con veracidad en sus aseveraciones, moderación en sus juicios y contar con el consentimiento informado o presunto de su cliente. Es contrario a la ética profesional servirse de los medios de comunicación para elogio de sí mismo, aún a pretexto de colaborar con ellos o de defender los intereses de un cliente.

Regla (3.2) Declaraciones prohibidas. El abogado que participa o ha participado en un proceso pendiente, o en una investigación a él conducente, debe abstenerse de formular declaraciones o entregar información fuera de la investigación o proceso, cuando dichas declaraciones o información puedan afectar seriamente la imparcialidad en la conducción de la investigación o en la decisión del asunto.

Falta gravemente a la ética profesional quien infrinja esta regla valiéndose de otra persona o con reserva de identidad.

El Consejero Sr. **Mario Papi** señaló que en la regla 3.1 al final donde se señala “servirse de los medios” en lugar de “elogio de si mismo” podría señalarse para “su promoción” o “para promoverse profesionalmente”.

El abogado **Cristian Muga** hizo presente que uno de los aspectos centrales que el grupo intentó recoger al hacer suya la propuesta del Consejero Sr. Bascuñán, era reforzar en cada una de las reglas el carácter de mandatario con que el abogado actúa respecto del cliente y lo que había que evitar, a propósito de estas normas, era la instrumentalización del cliente por parte del abogado para su propio elogio.



Por lo tanto, lo que la palabra elogio busca como frase es evitar la publicidad personal del abogado a costa del cliente. Por lo anterior, el elogio pareciera ser la fórmula correcta de hablar de publicidad del abogado a costa del cliente.

La palabra promoción cree que podría traer algún tipo de interpretación que no vaya en la línea de lo que están hablando. Publicidad probablemente sería más aceptable.

El Consejero Sr. **Mario Papi** señaló que el problema del elogio es que puede tener una extensión muy exigente en cambio es más sutil promoción o publicidad.

El Consejero Sr. **Arturo Alessandri** hizo presente que tiene una explicación bastante práctica y que tiene que ver con que los egos de los colegas, es muy grande en esta profesión y por eso cree que la palabra que mejor vincula el ego de los colegas es el elogio.

El Consejero Sr. **Lucas Sierra** señaló que, entendiendo lo expresado por el Consejero Sr. Mario Papi, estima que no debieran usarse la expresión publicidad porque no se ha usado nunca en estas reglas de formación de clientela. Por lo tanto, también se inclina por elogio, porque le parece más comprensiva.

El **Presidente** señaló que son dos ideas bien distintas y tal vez a la segunda parte se le podría poner otro título.

El Consejero Sr. **Julián López** expresó que sería un error porque unido como está a la primera parte de la Regla 3.1, entiende que está regulando la situación del abogado que hace declaraciones extrajudiciales y a propósito de un caso concreto se relaciona con los medios de comunicación. No es una regla general en materia de publicidad.

La Consejera Sra. **María de los Ángeles Coddou** expresó que no pueden pasar por alto lo expresado por el Consejero Mario Papi, porque es cierto que el elogio le parece que dice relación con una atribución subjetiva de mayor envergadura que la promoción, que es más objetiva y amplia.

El **Presidente** sometido a votación si en la Regla se incorporará la palabra promoción o elogio.



Votaron a favor de incorporar la palabra promoción los Consejeros Sres. Amunátegui, Alessandri, Coddou, Ortiz, Papi y Prado (6 votos).

Votaron a favor de mantener la palabra elogio el Presidente y los Consejeros Sres. Alessandri, Bofill, Feliú, Humeres, López y Sierra (7 votos).

El Consejero Sr. **Arturo Prado** recordó un artículo del Sr. Cristián Zegers en que señalaba que era muy distinto el elogio que se hacía de un penalista al que se hacía de un abogado de otra especialidad.

El Consejero Sr. **Luis Ortíz** señaló que el elogio es servirse de un caso para hacerse publicidad en ese sentido y es lo que le inclina a suprimir la palabra elogio.

El abogado Sr. **Cristián Muga** hizo presente que hay dos reglas que están en tensión y es la 3.1 y 3.2.

La Regla 3.1 regula la relación de los abogados con los medios en asuntos no judiciales.

La Regla 3.2 hace lo contrario y que es en donde se establecen las prohibiciones más severas.

A su juicio, hablar de la promoción simplemente, sería castigar por ejemplo al abogado, no por que quiere, sino que por razón de sus encargos profesionales se ve en la obligación de estar rectificando permanentemente información que ha salido en la prensa y que no ha provenido ni de él, ni de su cliente y que tiene la obligación y el derecho, de acuerdo a la regla 3.2 a rectificar esa información. Entonces podría ocurrir, si ponen la palabra promoción dentro del 3.1 entender que el abogado que está haciendo uso del legítimo derecho a rectificar, podría estarse promocionando.

Por lo tanto, incluir la palabra promoción no viene a resolver el problema.

El Consejero Sr. **Julián López** estima que la palabra debiera ser elogio y no promoción, porque si dejan por ejemplo promocionarse, la regla quedaría redactada así: **Es contrario a la ética profesional servirse de los medios de comunicación para promocionarse.** Pero, entiende que de acuerdo a la Regla 1.1. servirse de los medios de comunicación para promocionarse entregando información honesta y veraz, es algo que el Código está autorizando, permitiendo. En cambio cuando hablan de servirse de los medios de comunicación para elogio de si mismo, están





hablando de una forma de publicidad que está calificada como prohibida y eso hace la diferencia

El Consejero Sr. **Héctor Humeres** consultó si estaría en el concepto de *promoción* por ejemplo, los colegas que escriben en los diarios y que salen en columnas de opinión.

La Consejera Sra. **Olga Feliú** señaló que en su caso cuando la llaman no lo hace para promocionarse, sino que para dar una verdad jurídica sobre la materia que le es consultada.

El **Presidente** sometió a votación nuevamente la expresión “elogio” siendo aprobado mantenerla.

**ASÍ SE ACORDÓ.**

El Consejero Sr. **Julián López** señaló su reparo a la expresión “público” en el siguiente enunciado: C) Propositiones normativas en materia de actividades pro bono publico.

Sugirió eliminar *público* quedando: C) Propositiones normativas en materia de actividades pro bono.

**ASÍ SE ACORDÓ.**

A continuación el **Presidente** dio lectura a las siguientes normas propuestas y las sometió a la aprobación del Consejo:

Regla (3.3) Derecho de rectificación. No obstante lo dispuesto en la regla 3.2 precedente, el abogado podrá formular declaraciones que resulten necesarias para rectificar informaciones difundidas públicamente que pueda tener efectos perjudiciales para su cliente, siempre que la difusión de esa información sea reciente y que no haya sido provocada por declaraciones del abogado o de su cliente.

**REGLA APROBADA.**

Regla (3.4) Extensión de las prohibiciones. La prohibición establecida en la regla 3.2 se extiende a todos los abogados que se desempeñen en el estudio o la repartición pública a la que pertenezca el abogado a que dicha regla se refiere.

**REGLA APROBADA**



Regla (3.5) Responsabilidad por terceros. El abogado a que se refiere la regla 3.2 debe adoptar medidas adecuadas para impedir que sus colaboradores que no son abogados formulen las declaraciones o comentarios, o entreguen la información, que a él le están prohibidos.

**REGLA APROBADA.**