

REVISTA DEL Abogado

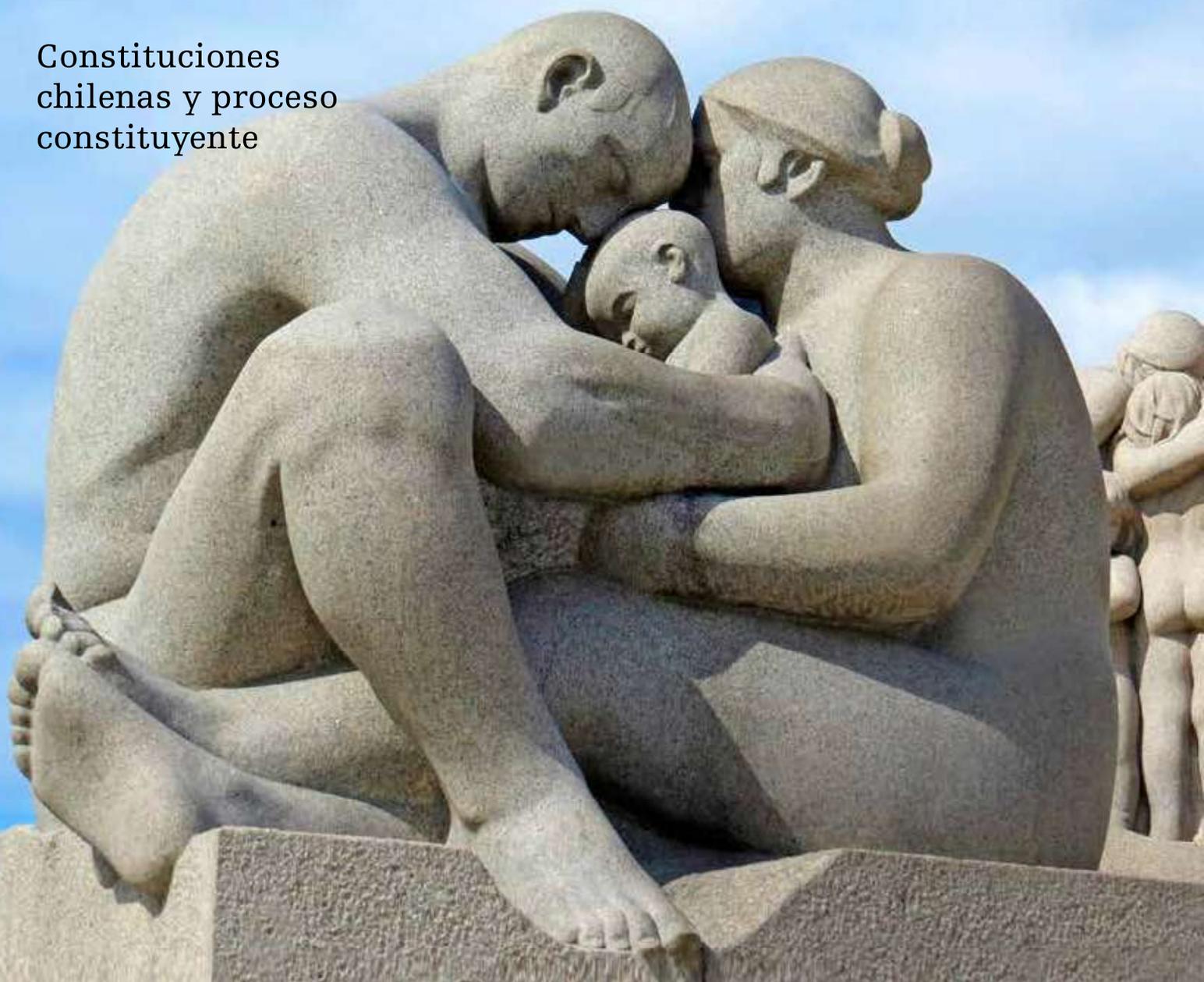
UNA PUBLICACIÓN DEL COLEGIO DE ABOGADOS DE CHILE

Nº77 / Diciembre 2019

**Incumplimiento de
las pensiones alimenticias**
Uno de los dramas morales
más graves de Chile

Alejandro Díaz Letelier
Director General CAJ
Un salto hacia la
profesionalización

Constituciones
chilenas y proceso
constituyente





Solicitud ¿Cuándo ocurre esta corrupción de la publicidad?

Tres son los requisitos que deben concurrir en una comunicación enviada por un abogado para ser calificada como solicitud: ser relativa a un asunto específico, estar destinada en forma determinada y con el propósito de obtener un cliente.

Frente al texto original del Código de Ética Profesional de 1948 (CEP 1948), una innovación importante del CEP vigente (CEP 2011) tiene que ver con las relaciones de las abogadas y abogados con, por

decirlo de alguna manera, “lo público”. Ellas pueden ordenarse en dos grupos. Uno atañe a la formación de clientela, es decir, con lo que usualmente llamamos publicidad. El otro, a los vínculos entre la abogacía y los medios de comunicación.

Las líneas que siguen son sobre el primer grupo y, en especial, sobre una corrupción de la publicidad: la solicitud.

En materias de formación de clientela, y profundizando la “norma interpretativa” que el Consejo General del Colegio de Abogados de Chile A.G. dictó el año 2004 para permitir el uso de sitios web como medio para formar clientela, el CEP 2011 invirtió la lógica del CEP1948: mientras este último miraba con ojos desconfiados y restrictivos a la publicidad de los servicios legales, el código actual la acepta y regula. Esta apertura fue un paso necesario. La masificación que la abogacía ha experimentado en Chile lo exigía, para permitir a las nuevas generaciones de profesionales, muchos de ellos sin redes (es decir, sin eso que la teoría llama “capital social”), puedan incorporarse al mercado profesional. Por lo mismo, la nueva regulación evita términos altamente idiosincráticos como, por ejemplo, “decoro”.

Así, el Art. 12° del CEP 2011 dispone: “Información sobre servicios profesionales. Para formar su clientela el abogado podrá informar honesta y verazmente sobre sus servicios profesionales”. Y, luego, siguiendo una técnica legislativa que el código



repite, ejemplifica un conjunto de conductas que no constituyen información honesta y veraz sobre servicios profesionales. Es decir, conductas prohibidas. Luego el CEP regula la solicitud, una conducta siempre prohibida.

Siguiendo toda una tradición regulatoria ético-profesional, el Art. 13° del CEP 2011 prohíbe la solicitud. A diferencia de su antecesor, el CEP 2011 la define: “toda comunicación de un abogado relativa a uno o más asuntos específicos, dirigida a un destinatario determinado, por sí o por medio de terceros, y cuyo sentido sea procurar la contratación de sus servicios profesionales”. Y luego enumera un puñado de contraejemplos, es decir, de conductas que no constituyen solicitud.

Tres son los requisitos que, copulativamente, deben concurrir en una comunicación enviada por un abogado -personalmente o por medio de un tercero- para ser calificada como solicitud: debe ser relativa a un asunto específico, destinada en forma determinada y con el propósito de obtener un cliente.

Tres casos

A continuación, presentamos tres conductas de alguna ocurrencia que plantean la pregunta por la solicitud. El primero no parece constituirlo. El segundo sí. El tercero, a no dudarlo.

Primero: ¿Es solicitud la entrega de volantes en la entrada o en las inmediaciones de los tribunales de justicia, con información sobre abogados y sus servicios? En la medida en que la entrega sea aleatoria, no parece serlo. El mero hecho de que una persona entre o salga de un tribunal no la convierte automáticamente en un destinatario determinado, pues la aleatoriedad con que se distribuyen los volantes supone la inexistencia de uno o más asuntos específicos.

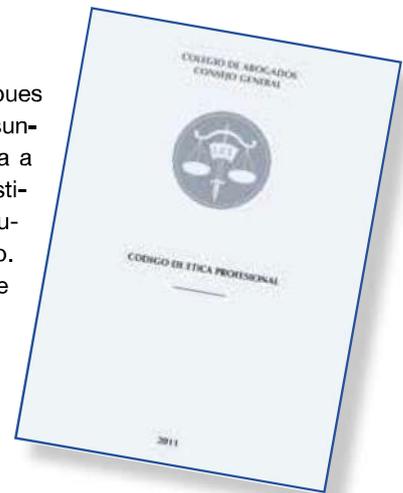
Segundo: ¿Qué pasa con las comunicaciones que abogados mandan a las personas que han experimentado un alza del plan de Isapre, ofreciéndoles asesoría para que interpongan acciones de protec-

ción? Aquí la cosa es distinta, pues el alza del plan constituye un asunto específico y esto transforma a quien la experimentó en un destinatario determinado de la comunicación emitida por el abogado. Este sí parece ser un caso de solicitud.

Tercero: Más clara aún es la solicitud en el caso de la comunicación que le llega a una persona cuyo nombre aparece en una demanda ingresada a un sistema de distribución de causas. Una comunicación que llega incluso antes que la demanda sea notificada. Aquí el asunto específico ya no puede ser más evidente (suele aparecer hasta el número de rol asignado a la causa), como también meridiana es la determinación del destinatario.

Como la experiencia y estos tres casos lo enseñan, a veces hay una delgada línea entre la legítima publicidad de los servicios legales y la prohibida solicitud. Es una buena noticia que para discernir sobre esa línea estamos hoy, bajo el CEP 2011, en mejores condiciones que bajo el CEP 1948.

NOTA: Las posiciones planteadas en esta sección expresan las opiniones personales del columnista, pero no constituyen una interpretación oficial de las reglas del Código de Ética Profesional. La facultad de responder con carácter vinculante consultas generales y específicas sobre el sentido y alcance de las reglas de buenas prácticas y ética profesional corresponde al Consejo General del Colegio de Abogados, y se ejerce cuando se formula a dicho Consejo una consulta siguiendo el procedimiento previsto por los artículos 29 y 30 del Reglamento Disciplinario.



La solicitud está tratada en los artículos 12 y 13 del Código de Ética Profesional de 2011.