

CÓDIGO DEONTOLÓGICO Adaptado al Estatuto General de la Abogacía Española, aprobado por Real Decreto 658/2001, de 22 de junio Aprobado en el Pleno de 27 – IX – 2002 Y Modificado en el Pleno de 10 - XII –2002

Artículo 6.- De la publicidad.-

4. Las menciones que a la especialización en determinadas materias se incluyan en la 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 las avalen.

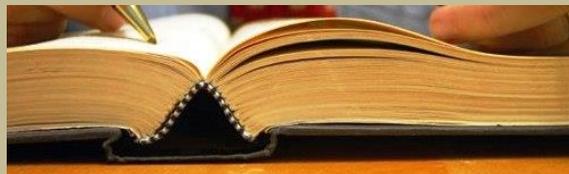
5. Quienes ejerzan con su título profesional de origen y se publiciten deberán hacerlo con mención expresa de tal circunstancia, debiendo utilizarse en cualquier caso la denominación que corresponda de conformidad con lo dispuesto en las normas aplicables, prohibiéndose el uso de los títulos de “Abogado” o “Abogada” expresados en cualquiera de las lenguas oficiales de España para la debida protección de los consumidores de los servicios jurídicos.

6. Cuando la denominación del título profesional sea coincidente en más de un Estado se añadirá al título profesional una mención expresa del país de origen.

7. Asimismo, cuando la regulación de la profesión en el país de origen implique limitaciones o especialidades en cuanto al ámbito de la actividad, se deberá añadir también una mención de la organización profesional a la que pertenezca en dicho país y, en su caso, del órgano u órganos jurisdiccionales ante los que esté habilitado para ejercer.

8. Igualmente, quienes ejerzan la Abogacía no podrán traducir su título español a otro idioma cuando esa traducción corresponda a una categoría profesional determinada en otro país.

9. No se permitirá la publicidad encubierta, debiendo hacerse constar en sitio visible y de modo perfectamente comprensible que se trata de contenido publicitario.



CÓDIGO DEONTOLÓGICO DE LA ABOGACÍA ESPAÑOLA:

<https://www.abogacia.es/wp-content/uploads/2019/05/Codigo-Deontologico-2019.pdf>

