**PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS.**

El notable crecimiento del uso de redes sociales como sistema moderno de comunicación, ha provocado que ellas sean utilizadas como medios para ofrecer públicamente productos y servicios.

Nuestra profesión no ha resultado ajena a ese fenómeno, estimulado por la formidable difusión de tal intercambio y su gratuidad, tal como se puede observar a diario en las redes más conocidas.

Ello nos ha obligado a reflexionar sobre la coincidencia de tal actividad con la ley que regula el ejercicio de la profesión y su reglamentación, estimando necesario formular las siguientes consideraciones:

**1.-** La publicidad realizada por medio de las redes sociales no constituye *'per se'*, infracción a las normas vigentes.

**2.-** Sin embargo, tal medio publicitario, a través de las redes sociales, o de cualquier otro tipo de difusión pública, lo debe ser con acatamiento a las normas de la L. 5.177, especialmente en su art. 60 incs. 6 y 7, y las Normas de Ética, especialmente en su art. 18.

**3.-** La publicidad profesional debe ajustarse a las normas de decoro previstas en las Normas de Ética.

**4.-** La publicidad profesional no puede ser realizada en infracción a las normas arancelarias, por tratarse de normas de orden público, insusceptibles de renuncia total o parcial.

**5.-** Resulta plenamente aplicables a los medios de difusión y comunicación digital el plexo normativo que rige el ejercicio profesional de la abogacía (ley 5177, ley 14967, Normas de Ética Profesional, etc.), y en su consecuencia, entre otros aspectos, la prohibición de evacuar consultas a personas físicas o jurídicas en forma gratuita o a quien no sea cliente del profesional (arts. 58 y 60 ley 5177, arts. 17 y ccdtes. de las Normas de Ética).

***El Consejo Directivo queda a disposición ante cualquier consulta.***