



Consejo Federal del Notariado Argentino

Consejo Consultivo de Ética

VISTO: La consulta efectuada por el Colegio de Escribanos de Corrientes, acerca de si se debe considerar falta de Ética, el caso de los escribanos que publicitan el cobro de aranceles menores a los establecidos por la Institución y que fueran publicitados con suficiente antelación y

CONSIDERANDO: Que los escribanos ejercen una función fedataria delegada por el estado y sin mella de la condición de profesionales del derecho, revisten en cuanto a la atribución de dar fe el carácter de funcionarios públicos.

Que de ello se deriva que no es la misma una actividad sujeta a las llamadas “leyes de mercado o de la oferta y demanda”, sino que está sujeta a las normas legales y reglamentarias que rigen la función, entre las que se encuentran la observancia de las reglas de ética.

El maestro Raúl García Coni, decía en : *“Arancel, Custodio de la Ética” Revista Notarial n° 735 pag 537-543, “ No debe haber un Notario mas caro ni mas barato que otro, pues su sapiencia es un plus que no se cotiza y lo que se paga de sus servicios es casi exclusivamente su función fedataria. Por ello la uniformidad arancelaria incide poderosamente en el cuidado de la ética, dejando que los contratantes opten por el más capaz, pero no por el que cobre menos”*

Las reglas de ética de los Colegios de Escribanos del País, que se refieren al tema de la publicidad o no autorizan ningún tipo de publicidad o bien permiten efectuar con suma prudencia una publicidad totalmente acotada, reflejando en las mismas lo entendido por publicidad en el Diccionario de la lengua Española del que surge que: *“publicidad es el conjunto de medios o recursos que se emplean para*



Consejo Federal del Notariado Argentino

Consejo Consultivo de Ética

difundir una noticia y estableciendo una diferencia con la propaganda que es la acción o efecto de dar a conocer una cosa con el fin de atraer adeptos o compradores. (Ed. Espasa Calpe S.A. 31/1/1970)

Como ya se ha expuesto: “la publicidad, posee dos objetivos básicos: “informar” y “persuadir”, y - si bien estos dos propósitos son distintos -, cuando la publicidad se aparta de lo normado en las leyes orgánicas del Notariado o en los Códigos de Ética Notarial -, se encuentran siempre presentes simultáneamente. La publicidad efectuada de esa manera, pone de manifiesto el ánimo de lucro, incompatible con la función, porque su honestidad, su diligente comportamiento, no es mercancía que se vende. Cualquiera que sea el objeto publicitado, la finalidad que puso en movimiento el complejo proceso de la publicidad es la "venta". Siempre está velada la intención vendedora del mensaje

Se debe comprender que la función notarial no es un comercio; como bien se ha expresado “la fe pública no es una mercancía, susceptible de medirse, pesarse, comprarse o venderse, sino que es un bien cultural que el notario instrumenta en cada uno de sus actos y que el estado garantiza”.

El auge de la propaganda comercial ha sido impuesto por el exacerbado consumismo, y en la fe pública no puede imponerse la ley de oferta y demanda que regula la actividad de los bienes de consumo y de algunos servicios. La fe pública es un bien jurídico ajeno a lo comercial, que está, y debe estarlo, por sobre aquello y a lo cual por lo mismo no pueden aplicársele normas que regulan la actividad económica.

Se ha considerado con razón que, de permitirse la publicidad en forma individual, que directa o indirectamente, busca el beneficio particular, pueden dar origen a dos alternativas: 1) Inducir a una pugna publicitaria, provocando una puja degradante, cuyos efectos



Consejo Federal del Notariado Argentino

Consejo Consultivo de Ética

repercutirían en detrimento del notariado, y que ocasionaría consecuencias impredecibles no beneficiosas para la imagen del notariado y 2) Obtener a través de ella más ventajas para aquel que disponga de mayor poder económico.

Por ultimo, se debe comprender e Institucionalmente instar a la comprensión que, como ya se ha expresado, la mejor publicidad es la propia conducta, el trabajo constante, la honestidad acreditada, la dedicación y la responsabilidad en la atención a lo encomendado, la seriedad y el decoro en todos los actos profesionales. La propaganda viene por añadidura, como consecuencia de esa conducta que no precisa otro aviso que su sola presencia.

De la consulta realizada por el Colegio de Escribanos de Corrientes, se debe indicar sin hesitar que, la publicidad consultada constituye una grave falta de ética, ya que la misma dista en demasía de poder ser considerada una información para tornarse en una virtual propaganda comercial, con el agravante además de ser desleal, en razón de que el Colegio había informado con anterioridad a los colegiados los aranceles respectivos. Deviene por consiguiente un deber de lealtad para con sus colegas ya que la pertenencia a un Colegio genera derechos pero asimismo deberes éticos insoslayables.

Decía el maestro Rudolf Von Ihering en, *“El fin del Derecho”*: *El ejercicio de cada profesión ha establecido un equilibrio experimental entre los beneficios y las cargas, los derechos y los deberes. Aprovechar las ventajas de una profesión sin querer sujetarse a los deberes que impone es destruir el equilibrio, perjudicar la profesión. Quien lo hace comete un acto de piratería Social.*



Consejo Federal del Notariado Argentino

Consejo Consultivo de Ética

El Estado promulga las leyes "jurídicas", pero son los propios profesionales quienes deben diseñar las reglas éticas de la profesión. Subordinarse a ellas será la mejor forma de actuar con decoro, sin intereses mezquinos y alcanzar la excelencia profesional en un marco de solidaridad y respeto mutuo. Inspirado en ese fin en el XXII Congreso Internacional del Notariado Latino, celebrado en 1.998, entre las conclusiones vertidas en el tema: *"La deontología frente a los Clientes, al Colega y al Estado"*, quedó establecido, con referencia al tema de este dictamen:

4) *"El correcto ejercicio profesional obliga al Notario a evitar en el ejercicio de su función, y en su conducta cualquier genero de competencia desleal y en concreto... la rebaja de honorarios... y la publicidad personal de la función, cuando esté prohibida o vaya en deterioro de la imagen y prestigio que esta merece"*.

El valor de la reputación de los Notarios depende de la conducta ética de cada colegiado. Cada uno de los mismos es un ejemplo para los demás, así como para otros profesionales, procurando excelencia en la función, que se obtiene como resultado de integrar nivel científico y técnico, con conducta ética.

La primera idea ética cristiana descansa en la regla de oro: *"Lo que quieras que los hombres te hagan a ti, házselo a ellos"* (Mt. 7,12);

Un profesional sobrelleva una serie de conductas, hábitos y costumbres que ha adquirido durante toda su vida, no obstante eso, no todo lo que uno ejecuta usualmente es irreprochable ante la comunidad ni ante sus colegas, por lo que un buen profesional tiene que tener la aptitud ética e intelectual para poder distinguir lo correcto e incorrecto de su profesión, ya que actitudes tales como: Ser solidario, ser buen



Consejo Federal del Notariado Argentino

Consejo Consultivo de Ética

compañero, ser respetuoso, ser prudente son acciones que aunque no estén especificados en un código o en normas, deben ser de natural ejercicio en el profesional.

Por lo que antecede en el carácter de Presidente del Consejo Consultivo de Ética, se resuelve:

- I) Advertir que los dictámenes de este Órgano, no tienen efectos vinculantes, siendo el fin de los mismos el de colaborar con los Colegios Notariales y con los órganos disciplinarios, en sus decisiones sobre la calificación de las conductas.
- II) Hacer conocer al Colegio de Escribanos de Corrientes, el presente dictamen, con remisión de la copia correspondiente.
- III) Solicitar al Colegio de Escribanos de Corrientes la expresa autorización para efectuar la publicación del dictamen.

Not. Eduardo J. Cosola

Presidente

Consejo Consultivo de Etica