



Andrés Lara

Director de Economist & Jurist

---

## Los profesionales del Derecho se rinden a TikTok, Youtube o Twitter

Por lo general, cuando se habla de **digitalización de la Justicia** enseguida se piensa en cuestiones como **LexNET**, juicios telemáticos o gestiones a través de Internet. Pero la digitalización va mucho **más allá**. Son cada vez más los despachos que cuentan con **perfiles** en una o varias **redes sociales**, a través de las cuales **se dan a conocer**, captan **nuevos clientes** y ofrecen una serie de servicios. Ya hay algunos de estos abogados o despachos que alcanzan la **categoría de influencers** por el gran número de seguidores en las redes.

El **abogado mediático** no es algo nuevo. Si repasamos la historia reciente encontramos **letrados** que comenzaron **saltando a la fama** por llevar casos de gran trascendencia en los medios y que han terminado incluso siendo colaboradores en televisión, lo que les ha dado una mayor proyección. Uno de estos ejemplos es Marcos García Montes, colaborador en el **Programa de Ana Rosa** que se hizo famoso por ser el **abogado de Rafael Escobedo**, el asesino de los marqueses de Urquijo, José María **Ruiz Mateos**, o la madre de **Rocío Wanninkhof**, una niña asesinada en 1999.

Aunque aún hoy la participación en **juicios mediáticos** ayuda a despachos y letrados a lograr

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |