



Dreamstime



Natalia Martos

Cargo: Socia fundadora de **Legal Army**
Nombre del podcast: 'Masters of Privacy'

“Es el podcast de privacidad con mayor nivel jurídico del mercado. Hila temas de privacidad actuales y los analiza desde la óptica de la tecnología y el producto digital”.



Alejandro Touriño

Cargo: Socio director de **Ecija**
Nombre del podcast: 'Daily Matters'

“Es el podcast de Jack Newton, consejero delegado de Clio, en el que entrevista a un montón de personas del sector sobre el impacto del Covid y otras tendencias emergentes”.



Joan Roca

Cargo: Presidente ejecutivo de **RocaJunyent**
Nombre del podcast: 'The Journal'

“Es el podcast de 'The Wall Street Journal & Gimlet'. Muy recomendable para aquellos a quienes les gusta navegar más allá del titular”.



Cristina Carrascosa

Cargo: Socia fundadora de **ATH21**
Nombre del podcast: 'Lunaticoin'

“Siempre aprendo algo cuando lo escucho. Trata temas muy variados pero todos pivotan sobre bitcoin y el mundo de las criptomonedas. Lo escucho una vez a la semana”.



Jabier Badiola

Cargo: Socio director de **Dentons**
Nombre del podcast: 'Bloomberg Law'

“Lo más interesante de los podcasts, y buena parte de su creciente éxito es, en mi opinión, poder escucharlos mientras realizas cualquier otra actividad, como viajar o hacer ejercicio”.



Manuel Deó

Cargo: Socio director de **Ambar Partners**
Nombre del podcast: 'The David Rubenstein Show'

“Son entrevistas a grandes líderes empresariales mundiales que contestan a dos preguntas clave sobre liderazgo. Me encantan sus reflexiones sobre qué es el éxito auténtico en la vida”.

Los bufetes también crean sus propios programas

Las principales firmas del sector legal abren las puertas de la oficina a los oyentes a través de pódcast donde sus abogados analizan la actualidad.

A. Galisteo. Madrid
La llegada de la pandemia provocó que, con todo el mundo encerrado en casa, la atención hacia la televisión y la radio se disparara. Una situación de sobreexposición informativa que aprovechó Pérez-Llorca para lanzar un pódcast que pusiera el foco “en los hitos jurídicos más relevantes que se estaban produciendo y resaltar sus principales aspectos de una manera que fuera fácil de consumir en un momento en el que los clientes demandaban entender qué implicaciones tenían todas las nuevas medidas gubernamentales de forma casi inmediata a su publicación”.

Firmas nacionales

Explicar la actualidad a través de la voz, eso es lo que hacen muchos bufetes como el dirigido por Pedro Pérez-Llorca con los pódcast corporativos. Entre el top 3 de los despachos nacionales, Garrigues ha elaborado capítulos sueltos sin una periodicidad determinada. El último, por ejemplo, se dirige a sus clientes latinoamericanos, con un especial en el que sus abogados analizan las diferencias regulatorias en competencia entre Perú y Colombia.



Dreamstime

Por su parte, Uría Menéndez cuenta con un programa propio, *DigitalMind*, dedicado al derecho digital que se puede escuchar en plataformas como Spotify y Apple Podcast, además de en su web. Así, en uno de sus últimos capítulos, los abogados de Uría abordan la regulación de los criptoactivos y su futuro en el sector.

Entre los bufetes de origen español, Ecija también cuenta

con su propio canal, *Hybrid Lawyers*, donde ofrecen contenidos jurídicos, tanto de habla hispana como portuguesa.

En la temática de alguno de los especiales emitidos desde las oficinas de la firma liderada por Hugo Écija aparecen títulos como *El techo de cristal en el sector legal en Latinoamérica* y *Uso de medios tecnológicos en el trabajo: luces y sombras*; dos pódcast que se pueden escuchar en eci-

ja.com, Spotify, Google Podcasts, Anchor, Breaker, Pocket Casts y Radio Public.

Espacios internacionales

Entre los bufetes anglosajones con sede en España, la emisión de pódcast corporativos es más habitual, aunque casi todos lo hacen desde sus cuarteles generales, en Londres o Nueva York, y se emiten en inglés.

Es el caso, por ejemplo, de Baker McKenzie, que cuenta con el programa *Resilience, Recovery & Renewal*, que ya suma 15 especiales. Similar estilo es el que sigue Linklaters con *Linkubator*; Hogan Lovells, con *Talking the cure*; así como otras firmas del tamaño de Allen & Overy, Herbert Smith Freehills, DLA Piper, Auren, Andersen y Ashurst, todas con sus emisiones corporativas que, en su mayor parte, se pueden encontrar en las grandes plataformas que albergan pódcast.

También es llamativo el caso de BDO, cuya filial en España ha lanzado su propio programa que se puede escuchar en nuestro idioma. Por su parte, las firmas de servicios profesionales también tienen sus propias iniciativas, aunque no sólo se ciñen al área legal de la compañía.