



Ana Sánchez Blázquez

Redacción E&J



El manual interno que todo bufete necesita ante una crisis mediática o reputacional

En el mundo jurídico, la discreción suele ser la norma. Pero hay ocasiones en las que un caso trasciende los muros del despacho y aterriza en los titulares de los medios, en un hilo viral de Twitter o en una acusación pública en redes sociales. Es en esos momentos cuando la gestión de crisis no solo es útil: es vital. Tener un manual interno de comunicación en crisis no es una opción para los bufetes modernos, sino una herramienta de supervivencia profesional, legal y reputacional.

Cuando un cliente se ve envuelto en una polémica pública, la reacción del despacho debe ser tan rápida como estratégica. No se trata solo de contener el daño externo, sino también de blindar la operativa interna, coordinar mensajes y evitar errores que puedan escalar la situación. ¿Qué se dice a la prensa? ¿Qué se escribe por correo interno? ¿Se responde a comentarios en redes? ¿Quién lidera la comunicación? Todas estas preguntas deben tener respuesta antes de que la crisis estalle, no durante.

El primer paso

...

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |