

# AJA ACTUALIDAD JURÍDICA

aranzadi



<b>Nuevas Tecnologías</b> Liderazgo institucional de @Abogacia_es Pág. 11	<b>Ha sido Actualidad Jurídica</b> Legislación; Administración de Justicia; Jurisprudencia y Estadística Pág. 3	<b>Crónica legislativa</b> En busca del demandado perdido Pág. 10
---	---	---



Jueves, 9 de abril de 2015, Año XXIV, número 903

Director: **Javier Moscoso del Prado**  
 Director adjunto: **Carlos Balanza Nájera**



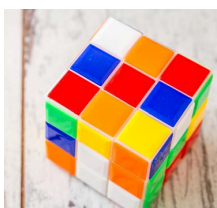
## La prisión permanente revisable protagoniza la reforma del Código Penal

Trascurridos casi 19 años desde su entrada en vigor el 24 de mayo de 1996, la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal, conserva poco más que el nombre con respecto a su redacción original. A lo largo de estos más de tres lustros, la norma punitiva de referencia ha sido objeto de 26 reformas, lo que cuantitativamente se traduce en más de 1,5 revisiones al año. Sin embargo, desde una perspectiva cualitativa, la reciente reforma, que entrará en vigor el 1 de julio, equivale por sí misma a una ley de nuevo cuño ya que modifica más de 300 artículos.

Págs. 2-8-9

### Análisis

**El Cubo de Rubik 'resuelve' la controversia sobre marcas tridimensionales**



Pág. 4

### Sin la Toga

**Clara Martínez de Careaga, vocal y presidenta de la Comisión de Igualdad del CGPJ**



Pág. 16

### SUMARIO

OPINIÓN.....	2
ANÁLISIS.....	4
REFORMA DEL CÓDIGO PENAL.....	8
CRÓNICA LEGISLATIVA.....	10
NUEVAS TECNOLOGÍAS.....	11
TELARAÑA.....	12
PUBLICACIONES.....	13
CRÓNICA DE TRIBUNALES.....	14
CON LA VENIA ... DE OROZ.....	16
SIN LA TOGA.....	16

# NUEVAS TECNOLOGÍAS

## #AbogadosenTwitter el liderazgo institucional de @Abogacia\_es



FERNANDO J. BIURRÚN

La comunicación institucional tiene unas pautas diferentes a las de otros usuarios. Ya no solo por el formalismo que supone que sea una institución pública, privada o corporativa la que comunica, sino porque, en principio, en sus objetivos social media, no debería estar la acción mercantil de vender. No obstante, si empleamos el concepto "venta" en un sentido más figurado, es cierto que no solo se venden productos y servicios, sino también ideas, proyectos y programas.

Una institución tiene una actividad propia de eventos, realización de proyectos y de actividades con sus miembros y otras instituciones que, de por sí, generan información importante para la comunicación institucional. Además, según los objetivos que tenga establecidos, deberá trazar líneas de comunicación para incentivar la actividad de sus miembros, sensibilizar a la sociedad e influenciar a los poderes que tengan capacidad de decisión en su ámbito de actuación.

Todo esto requiere de mucha más planificación y estrategia en los mensajes que se emiten y en la necesidad de medir mucho más el tono y el contenido de los mismos. Su público estará tan atento a los mismos que, ante cualquier error, puede surgir una situación de crisis que hay que tener protocolizada y prevista. El volumen de seguidores que puede tener una institución hace que su comunicación sea susceptible de críticas y alabanzas, para lo cual, también, es necesario establecer una estrategia definida de respuesta.

Hay que aplaudir a las instituciones que, en esta nueva era de comunicación social, se acercan en sus mensajes y tono al público en general, a la ciudadanía y facilitan una comunicación cercana y comprensible.

**XI Congreso Nacional de la Abogacía**  
6-8 Mayo, Palacio de Congresos Europa  
Vitoria - Gasteiz 2015

Por una sociedad más justa  
100 años de Congresos de la Abogacía

#CongrAbogacia2015

**Abogacía Española**  
El Consejo General de la Abogacía Española es el órgano representativo, coordinador y supervisor superior de los Colegios de Abogados de España.

Fuente: Twitter 16-3-2015

Tasas de compromiso

Tasa de apuros (Puntajes por tuit)  
Tasa de interacciones (RT por tuit)  
Tasa de respuestas (Comentarios por tuit)

Abogacía Española es la cuenta jurídica más seguida en Twitter; me perdonarán que no contemple a la cuenta del Congreso, pero desde que Twitter la incluyó en la lista sugerida de política, junto al Senado, ambas han dejado de tener la acción de seguimiento directo que con tanto éxito está consiguiendo @Abogacia\_es. Y si tuviera que poner un hashtag a esta meritoria posición es #nosotroabogados, pues más del 30% de sus seguidores son ciudadanos que avanza la cercanía comunicativa del CGAE.

La Abogacía Española reúne a más de 50.000 seguidores, algunos compartidos, aun así, es un magnífico altavoz de nuestra profesión a los poderes del Estado, a los compañeros y a toda la sociedad.

A todo esto, hay que sumar la actividad de nuestro presidente, Carlos Carricer, que desde el blog de la web de [www.abogacia.es](http://www.abogacia.es) aporta, como un blogero legal más, la visión institucional de una profesión que ha se ha manifestado crítica y compacta ante las reformas legales y actuaciones del Gobierno y ante la falta de medios de la Administración de Justicia que afectan a la profesión y a toda la sociedad. Desde su Twitter @CarlosCarricer refuerza con sus mensajes toda la actividad de la institución.

La actividad del Consejo no se limita, únicamente a Twitter, también está presente en Facebook, LinkedIn y YouTube, además de cuatro newsletters.

Este entramado comunicativo tiene presente el reto del próximo Congreso de la Abogacía Española a celebrar en Vitoria en mayo, donde esperemos que Twitter tenga un especial protagonismo y el hashtag #CongrAbogacia2015 logre ser TT en más de una ocasión.

**RT**  
El retuit es la acción de compartir el tuit de otro usuario a nuestros seguidores. Si lo hacemos automático el RT no lo verán los usuarios compartidos por nosotros y la cuenta a la que le hacemos el retuit. Para que lo vean todos nuestros usuarios lo tendríamos que editar, citando procedencia y comenzando el tuit con RT. Si modificamos el texto original, el tuit comenzará con MT para advertirlo.

**@Abogacia\_es / Abogacía Española**  
Perfil institucional  
Número de Tuits: 9 331  
Perfiles a los que sigue: 845  
Número de seguidores: 31.502  
Listas que le siguen: 514 (19/1.000 followers)  
Incremento de seguidores (último mes): 920  
Tuits al día (20-5-2014/15-3-2014): 10,66/día

**Abogacía Española**  
El Consejo General de la Abogacía Española es el órgano representativo, coordinador y supervisor superior de los Colegios de Abogados de España.

**Imagen:**

- Avatar** Logo de la institución
- El encabezado** es una imagen de la convocatoria al XI Congreso de la Abogacía Española que se celebra en Vitoria del 6 al 8 de mayo. Así pues, la imagen se focaliza una de las convocatorias más importantes del mundo de la Abogacía española, resaltando el lema "Por una sociedad más justa", presentando directamente el valor de Justicia a la sociedad española. De otro lado, incluye el hashtag #CongrAbogacia2015 como recordatorio de las comunicaciones sobre el evento.
- Bio:** Definición clara y concisa de la institución.



Ranking	Nombre	Seguidores	Seguimiento
6	Saramolinapt	2.8K (L:110)	68
7	Marta Garcia	2.3K (L:85)	67
8	LawAndTweet	14.9K (L:343)	66
9	Carlos Guerrero	20.3K (L:660)	65
10	Verónica del Carpio	9.0K (L:271)	65
11	Juis abeledo	3.7K (L:94)	65
12	alfredo herranz	2.2K (L:112)	64

**Entoces:** a la web de la institución.

**Tono:** empleo un tono cordial, amable, positivo, coloquial lejano de los formalismos. Esto es importante dado el importante porcentaje de seguidores no vinculados al mundo jurídico.

**Habla de:** (remarcamos sus hashtags más empleados)

- Reivindicaciones del sector de la Abogacía en relación a las #tasasjudiciales y #justiciagratuita.
- Comparte las noticias de la actualidad jurídica.
- Es altavoz de actividades de los colegios de abogados.
- Importante la actividad de promoción del Congreso de la abogacía #CongrAbogacia2015.
- Aproximadamente el 10% de sus tuits son RT de otras cuentas de la institución: @AbogaciaJDHH @CarlosCarricer @RedAbogacia y @Abogacia\_es, ue

**Conversaciones:** mantiene un bajo índice de conversación, un 5%, principalmente en usuarios activos en temas problemáticos vinculados a la Abogacía. No obstante, la interrelación con usuarios y seguidores viene más del alto índice de retuits (43% de total de tuits) lo que hace que sea un altavoz cualificado de otras cuentas.

**Sugerencias de mejora:** la mayor parte de su actividad tuitera se refleja por las mañanas, no obstante, el TL legal es, también, activo por las tardes y noches hasta las 12. Dado que la cuenta tuita un 50% con hashtag, podría compartir muchas las valiosas publicaciones y post que se hacen en la su website a dichas horas.

**Klout:** Con solo cuentas en Twitter y LinkedIn tiene un notable impacto gracias a su alto nivel de engagement.

Fuente: <http://kloutspan.com/ranking-de-abogados>