



Audiencia: 18.825

Difusión: 4.500

Valor Pub: 429,5 €

Semanario de Publicidad y Marketing  
**Anuncios**

Sección: -

Pág.: 13



11-Jul-2011

ESPACIO: 223 cm2

PORCENTAJE: 18%

PERIODICIDAD: Semanal

## Renovación de la junta directiva y el jurado de la Academia de la Publicidad

La asamblea general ordinaria de la Academia de la Publicidad, celebrada el pasado 30 de junio, renovó conforme a estatutos su junta directiva y el jurado que elige cada año a los miembros de honor.

En el primer órgano, al que se presentan listas cerradas, compitió solamente una candidatura en la que estaba representada la mayor parte de la junta actual. Con respecto a la anterior, se renovaron dos puestos, saliendo Verónica Seguí y Carlos Rubio (que ha pasado al jurado) y entrando Fernando Herretero y Felipe San Juan. El resto de la junta lo forman el presidente, Julián Bravo; los vicepresidentes, Augusto Macías y Juan Carlos Falantes; el tesorero, Manuel Idiarte; el secretario general, Francisco González, y los vocales, Juan Ramón Plana, Ángel Abancens, Alberto Zunzunegui, Eva García y David Torrejón.

### Jurado y asamblea

En el caso del jurado fueron elegidos Armand Balsebre, Eduardo Madinaveitia, Antonio García Zarrandieta, Javier Aguado, Sergio Rodríguez, José María Casero y Carlos Rubio. Mantienen su condición Marta Insausti, Ángel del Pino, Eu-



Julián Bravo.

sebio Serrano, Jordi Ventura y Esther Valdivia.

Por otro lado, la junta expuso su memoria del año 2010 y las actuaciones previstas para 2011. Entre ellas destaca un mayor impulso de la actividad de la llamada Aula Abierta, por la cual los miembros

de honor de la Academia ofrecen charlas en universidades y centros docentes, y que comenzó este año con las intervenciones de Joaquín Lorente en la UCM y de Stanley Bendelac en la Ramón Llull de Barcelona, en ambos casos acompañados de otros invitados. En la misma línea, se potenciarán los premios Academia Joven, patrocinados por Tactics, y que han conseguido una notable repercusión, con cada vez más universidades y centros de enseñanza superior implicados.

### Reputación

La Academia de la Publicidad, creada para reconocer a los profesionales de la publicidad y las relaciones públicas que más han contribuido al desarrollo de la actividad y para mejorar la reputación de la profesión ante la sociedad, entra así en su tercer ejercicio con más de 210 socios entre corporativos e individuales.