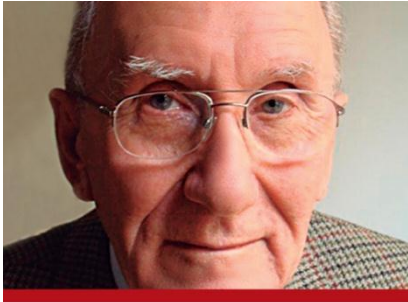


Entre marcas

Memorias del crítico argentino más influyente de la publicidad y el marketing



COLECCIÓN:

PÁGINAS: 320

ISBN: 978-950-23-2654-2

CÓDIGO:

FORMATO: 24 x 17

1ª EDICIÓN: OCTUBRE 2016

Alberto Borrini

ENTRE MARCAS

Memorias del crítico argentino más influyente de la
publicidad y el marketing



Reseña

La obra es una autobiografía del periodista Alberto Borrini en la cual busca incluir su vida personal al relato de su trayectoria profesional, por notarlas entrelazadas y determinantes entre sí.

En la introducción habla del oficio del periodista en la actualidad y de la publicidad en general para luego adentrarse en su propia experiencia.

El libro tiene 6 partes, a su vez subdivididas en 60 capítulos. Contiene referencias a otros libros publicados por el autor, bibliografía por capítulos e índice onomástico debido a la gran mención de personalidades destacadas como por ejemplo Umberto Eco, Theodore Levitt y Peter Drucker.

Al final de la tercera parte se incluyen ocho páginas de fotografías (en blanco y negro), tanto antiguas como actuales, que reflejan hechos de su vida profesional y de su vida privada.

En palabras del mismo autor, se trata de un relato no lineal debido a que va para atrás y para adelante, a medida que los recuerdos aparecían en su mente.

En la Parte 1 se puede identificar un relato con un cierto orden cronológico en el cual Borrini habla de su vida privada, familia, niñez, juventud, su educación, viajes, inicios en el periodismo y desarrollo profesional.

En esta autobiografía, Alberto Borrini hace un interesante recorrido por su vasta trayectoria profesional, combinando siempre temas de su vida privada, sus sentimientos y aquellos factores que influyeron en sus decisiones a lo largo de su vida. Habla de influencias que tuvieron sobre él los libros, la radio, la televisión, el cine, la música y el impacto de la tecnología digital.

Más allá del relato autobiográfico, el libro va recorriendo temas destacados sobre los inicios de las marcas más influyentes en la Argentina y en el mundo, también sobre los principios del marketing y la publicidad y, en definitiva, sobre la evolución de la comunicación entre productor y consumidor.

Su lectura puede resultar de utilidad para quien estudie o ejerza las carreras de Comunicación, Marketing y afines, así como para el público en general que se interese en este tipo de libros autobiográficos.

Datos del autor

Alberto Borrini, periodista graduado de la Escuela Superior de Periodismo (1955). Obtuvo una beca para estudios en el Instituto de Cultura Hispánica (Madrid, 1956) y el Diploma de Estudios Hispánicos otorgado por la Facultad de Filosofía de la Universidad de Madrid (1957). Fundador y director del Instituto de Estudios de la Comunicación Institucional de la UCES (1993-2000). Fue columnista del diario La Nación durante 26 años. Es miembro del Consejo Superior Académico de la UCES (1992). Miembro fundador del Grupo Iberoamericano de Estudios de la Comunicación Institucional, Gieci (2003). Premio Konex Platino (1987), Premio Golden Brain a la trayectoria, Socio honorario del Consejo Publicitario Argentino (2015). Es autor de varios libros, entre ellos *¿Quién le teme a la publicidad?* (1976), *El quinto poder* (1980), *¿Cómo se hace un Presidente?* (1984), *El silencio no es negocio* (1983), *La vida privada de la publicidad* (1990), *El mercado de la opinión pública* (1993), *La empresa transparente* (1997), *Cómo se vende un candidato* (2003 y 2005) y *El siglo de la publicidad* (1998 y 2006).

Categoría temática

Autobiografías

Palabras clave:

Autobiografía – Marketing – Publicidad – Periodismo- Comunicación

Índice