



Alberto Borrini

ENTRE MARCAS

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



Alberto Borrini nació en Buenos Aires, en junio de 1931. Fue desde chico un lector precoz y voraz. “Aprendí más de los libros que en la escuela”, confiesa. Y aún hoy, después de una exitosa carrera periodística y de haber actuado como consultor en comunicación de grandes empresas, explica que preferiría ser recordado como un buen lector, “porque el mundo entero cabe en una biblioteca”.

Durante el servicio militar, en 1951, se inscribió en la Escuela Superior de Periodismo, de Buenos Aires, “para no perder del todo ese año”. Egresó cuatro años más tarde y en 1956 ganó una beca que le permitió proseguir estudios universitarios en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Madrid, hoy Complutense.

Ganado por la comunicación empresarial, publicó sus primeros artículos en la revista *Primera Plana*; en 1969 estrenó en el semanario de negocios *Mercado* la columna de opinión que le hizo ganar lectores y prestigio, y que en 1984 mudó al diario *La Nación*, donde se publicó sin interrupción durante 26 años, hasta 2012.

A lo largo de más de dos décadas, Borrini viajó por medio mundo para entrevistar a los grandes maestros de la actividad: Bill Bernbach, David Ogilvy, Mary Wells, Jerry Della Femina, George Lois, abanderados de la revolución creativa. También reportó a sus más admirados colegas locales: David Ratto, Hugo Casares, Ricardo De Luca, y a sus sucesores, jóvenes talentosos que convirtieron a la Argentina en una de las cuatro mayores potencias creativas del mundo.

Recibió la consagración del Premio Konex de Platino por sus aportes teóricos a la publicidad en 1987, y unos años después, el Golden Brain por su trayectoria personal y profesional. En 2015, el Consejo Publicitario Argentino lo nombró Socio Honorario por su constante apoyo a la difusión de las buenas causas.

Durante su dilatada e intensa carrera Alberto Borrini escribió más de dos mil artículos periodísticos y una docena de libros sobre publicidad, marketing y comunicación que lo hicieron conocido, y reconocido, en Iberoamérica. Este nuevo libro de memorias responde a la sensación de que algo faltaba y que se resume en esta reflexión: “Mi vida profesional no llega a contar toda la historia; una historia que está tan entrelazada con la personal que me costaría mucho separarlas”.

Este cruce tan profundo entre lo profesional y lo personal no figuraba, sin embargo, en su ADN. No hubo periodistas ni publicitarios en su árbol genealógico. Si un famoso actor del cine francés, que silenció su apellido después de usarlo cuando todavía se dedicaba al atletismo: Lino Ventura Borrini, nacido en Parma, lugar de origen del linaje.

Siempre preocupado por las implicancias sociales y artísticas de la publicidad y el marketing, nuestro Borrini extendió sus indagaciones a intelectuales que lo ayudaron a proclamar la irrenunciable condición de ciudadano que hay en todo consumidor. Desde el jesuita Baltasar Gracián y Edgar Allan Poe hasta los contemporáneos Umberto Eco, Theodore Levitt y Alain Touraine.

Hoy Borrini propone, y acaso este sea el mensaje esencial de su biografía, un nuevo “pacto social” de la publicidad y el marketing con sus públicos, sustentado en la lealtad comercial y una responsabilidad social acorde con su influencia en la sociedad.

En estas, sus memorias, desfilan sus vivencias con centenares de productos y marcas, y sus conversaciones con los grandes creativos del mundo. Así como también aciertos y errores de tantas campañas, y las increíbles curiosidades de una actividad fascinante.



ISBN 978-950-23-2654-2

