Brand Machines examina cómo sostener la identidad cuando las marcas operan como sistemas

El libro de Viktor Berthelius reúne 26 capítulos y 49 figuras para estudiar la relación entre identidad, decisiones, tecnología y evolución. Disponible en español e inglés.

Viktor Berthelius publica Brand Machines. Teoría general de los sistemas de marca, un libro que propone comprender la marca a partir de las relaciones entre sus decisiones, su estructura y sus formas de expresión. La edición impresa tiene 490 páginas y está disponible en Amazon en tapa blanda y tapa dura, además de una edición Kindle.

La pregunta que recorre el libro es cómo puede una marca evolucionar sin perder coherencia cuando intervienen distintos equipos, productos, canales y sistemas de inteligencia artificial. Su respuesta se articula en siete capas: Núcleo, Mente, Cuerpo, Piel, Motores, Brand OS e Interconexiones. Esta arquitectura vincula los principios de identidad con la generación de contenido, la coordinación del trabajo y las relaciones con otros sistemas.

El libro define una Brand Machine como un «sistema generativo de identidad que produce coherencia de forma autónoma a través de principios, no de reglas fijas». La propuesta distingue tres propiedades estructurales —interconectado, modular y evolutivo— y examina la marca desde cinco ontologías: Organismo, Arquitectura, Lenguaje, Red y Proceso.

Las cinco partes avanzan desde los fundamentos y la teoría general hasta la arquitectura, el método y el futuro de los sistemas de marca. Los casos dedicados a Cursor, Linear y Anthropic permiten contrastar el marco con decisiones y tensiones de organizaciones concretas. El alcance y los límites de la autonomía forman parte del argumento.

La composición combina prosa con diagramas y modelos visuales. El interior utiliza EB Garamond, Source Sans 3 y Source Code Pro, con láminas monocromas. La cubierta «Diagrama» emplea una imagen generada con IA, tratada como grabado, y composición tipográfica programática; los créditos de producción están recogidos en el colofón.

La obra se dirige a profesionales de estrategia de marca, dirección creativa, diseño, producto y tecnología, así como a docentes interesados en las relaciones entre estas disciplinas. La sala de prensa ofrece información bibliográfica, cubiertas y materiales visuales para reseñas y entrevistas.

Viktor Berthelius es arquitecto de sistemas de marca, estratega creativo y constructor transdisciplinar. Su trabajo conecta dirección creativa, ingeniería de software y estrategia de negocio. Brand Machines es su primer libro.

viktor@brthls.com · machines.brthls.com/press/