

## Recordando a un visionario: Peter Behrens

---

Por Michael Ritter

Peter Behrens (1868–1940) no fue únicamente el padre del diseño industrial alemán. Fue también el fundador de la identidad corporativa.



Peter Behrens (1868–1940) fue fundamentalmente un creativo. Autodidacta, fue pintor, diseñador industrial y arquitecto. Como tal fue maestro de Walter Gropius —con quien planteó la creación de formas constructivas nuevas inspiradas en el modernismo

«geométrico» que daría lugar a la escuela del Bauhaus—.

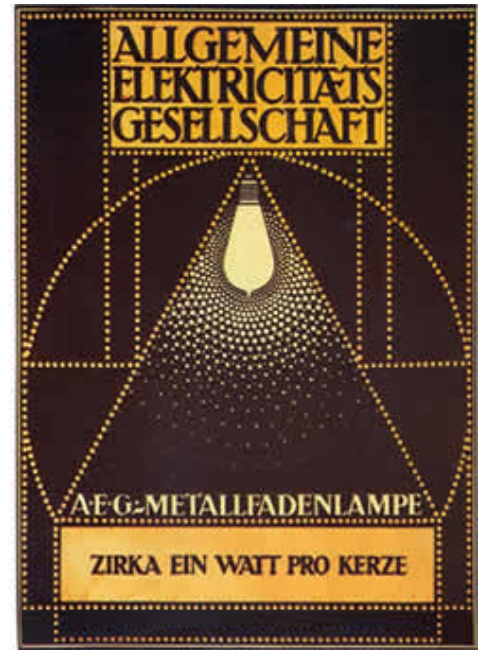
Posiblemente sin proponérselo inventó el concepto de la Identidad Corporativa, adaptando a un estilo definido, todas las expresiones visuales de la compañía a la que asesoró desde 1907, la AEG. Desde los productos hasta las fábricas; desde el diseño de las oficinas hasta la papelería comercial, todo representaba el modernismo geométrico del Bauhaus adaptado al estilo de la cultura AEG. Behrens representaba por entonces la posición que hoy sostiene por igual mi amigo Joan Costa, afirmando que la comunicación visual es la columna vertebral de la relación entre la empresa y sus públicos ya que «todo entra primero por los ojos» y la primera impresión es la que cuenta.



Evolución del logo de AEG durante la era Behrens

Sin embargo su gran talento no hubiera significado nada si no hubiese existido desde el comienzo mismo de su gestión como consultor, ese especial lazo de confianza entre él y el presidente de la AEG, Walter Rathenau.

Rathenau , además de ser uno de los capitanes de la industria alemana de gran influencia y protagonismo durante la primer guerra mundial, era político (fue lo que hoy llamaríamos un «halcón») y escritor prolífico con estudios en filosofía. Tenía una especial vocación por la comunicación, tanto política como empresarial. En 1921 había sido nombrado Ministro para la Reconstrucción y al año siguiente de Relaciones Exteriores. Su asesinato en junio de 1922 no interrumpió la labor de Behrens cuya posición estaba ya muy consolidada en AEG. Fue el estrecho vínculo del dircom con su presidente el que permitió a Behrens imponer por décadas una estrategia en AEG que aun hoy muchos *CEOs* no valoran lo suficiente: el del valor de la marca y la identificación de los públicos con ella. Para AEG el poder de su marca significó una herramienta fundamental en su pelea por los mercados frente a su archicompetidor Siemens.



Frente de una fábrica y algunos avisos para AEG.

Publicado el 28/05/2011

**FOROALFA**

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/recordando-a-un-visionario-peter-behrens>

