



Senda Gráfica
Diseño que da forma a tu idea

Proyecto de **Nueva identidad editorial.**

Cliente
Editorial Umbral



**EDITORIAL
UMBRAL**

EDITORIAL UMBRAL

Introducción

Hay libros que cuentan una historia. Y hay libros que te hacen entrar en ella.

Editorial Umbral parte de una idea sencilla y potente: el libro como punto de entrada hacia otra época, otro personaje o una forma diferente de entender la historia. El rebranding desarrolla esa idea para construir una identidad editorial contemporánea, reconocible y capaz de acompañar contenidos históricos muy diferentes.

El proyecto no busca que la editorial parezca antigua. Al contrario: pretende que una marca actual sea capaz de hablar de historia con rigor, cultura y personalidad, evitando los códigos visuales más previsibles del sector.



La editorial



Editorial Umbral nació como una editorial especializada en contenidos históricos. Su identidad debe transmitir el rigor propio de la publicación histórica sin quedar encerrada en una estética académica o excesivamente clásica.

El proyecto contempla una marca capaz de organizar diferentes colecciones y títulos bajo un mismo sistema. Historia Antigua, Edad Media, Edad Moderna, Biografías y Ensayo y Cultura pueden compartir una identidad común y, al mismo tiempo, diferenciarse mediante códigos cromáticos propios.

El reto de fondo es construir una identidad que permita reconocer Editorial Umbral en una estantería, en una cubierta o en las manos del lector sin obligar a que todos sus libros tengan el mismo aspecto.

PROBLEMA, DIAGNÓSTICO Y OBJETIVOS

El problema

El reto de Editorial Umbral no consiste únicamente en tener un logotipo reconocible. Una editorial necesita que su identidad sea capaz de convivir con contenidos, autores y cubiertas muy diferentes sin perder una personalidad común.

En una editorial histórica, además, existe un riesgo evidente: utilizar códigos visuales demasiado literales puede hacer que la marca parezca antigua antes incluso de hablar de sus libros. El proyecto debe encontrar el equilibrio entre el rigor y la cultura que exige el contenido histórico y una imagen contemporánea capaz de conectar con el lector actual.

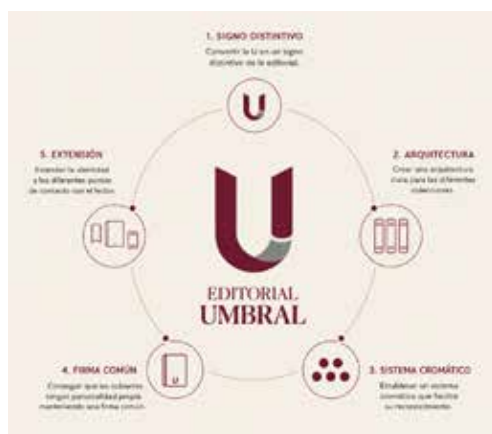
Diagnóstico

La identidad desarrollada parte de un activo muy claro: el propio nombre «Umbral». La U nos identifica con el nombre de la editorial pero si la invertimos se convierte en una forma que sugiere una entrada, un paso o una abertura. Esa doble lectura permite conectar directamente el nombre de la editorial con su función: el libro como puerta hacia otra época, otro personaje o una nueva forma de comprender la historia.

El sistema visual ya demuestra que esta idea puede extenderse más allá del logotipo. La U aparece en cubiertas, lomos, bolsa y marcapáginas, mientras que el color permite diferenciar las colecciones sin romper la unidad de la marca. El diagnóstico, por tanto, no pide más recursos, sino consolidar los que ya funcionan y convertirlos en reglas de identidad.



Objetivos del rebranding



El objetivo principal es construir una identidad editorial reconocible, flexible y contemporánea, capaz de representar el catálogo histórico de Umbral sin imponer una misma estética a todos sus libros.

A partir de ahí, el proyecto persigue cinco objetivos:

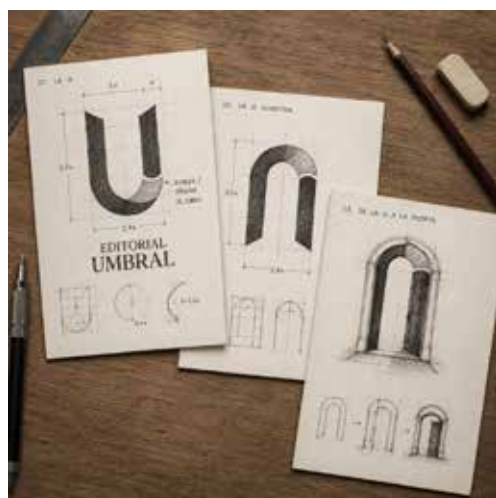
- Convertir la U en un signo distintivo de la editorial.
- Crear una arquitectura clara para las diferentes colecciones.
- Establecer un sistema cromático que facilite su reconocimiento.
- Conseguir que las cubiertas tengan personalidad propia manteniendo una firma común.
- Extender la identidad a los diferentes puntos de contacto con el lector.

ESTRATEGIA Y CONCEPTO

Estrategia de marca

Editorial Umbral necesita una identidad que funcione como marca editorial y, al mismo tiempo, como estructura para organizar un catálogo. La estrategia parte de una idea sencilla: cada publicación puede tener una personalidad propia, pero todas deben compartir una señal que permita reconocerlas como parte de Umbral.

El símbolo U se convierte en esa señal. El propio nombre de la editorial aporta el concepto y la identidad visual lo convierte en una experiencia gráfica reconocible.



Concepto creativo

El concepto creativo parte de entender cada libro como una entrada hacia otro momento, otro personaje o una nueva forma de comprender la historia. El lector está fuera; el contenido está al otro lado. Entre ambos existe un umbral.

La U representa ese punto de transición. Sus dos elementos verticales construyen una abertura y el espacio central crea la sensación de paso. El pequeño elemento que atraviesa la parte inferior refuerza la idea de movimiento: algo entra, cruza y continúa al otro lado.

De la marca al sistema editorial

La estrategia se completa cuando el símbolo deja de ser únicamente un logotipo y pasa a funcionar como una firma editorial. Puede aparecer en una cubierta, en el lomo, en un marcapáginas o en una bolsa manteniendo siempre el mismo reconocimiento.

El color permite ordenar las colecciones y construir una biblioteca visualmente coherente. Historia Antigua, Edad Media, Edad Moderna, Biografías y Ensayo y Cultura pueden diferenciarse sin romper la identidad común. Así, Umbral no necesita que todos sus libros se parezcan: necesita que todos pertenezcan claramente a la misma casa editorial.



IDENTIDAD Y SISTEMA VISUAL

El logotipo y el símbolo

La identidad de Editorial Umbral se construye alrededor de una U geométrica que funciona como síntesis del propio nombre. Sus dos elementos verticales generan una abertura y el espacio interior refuerza la sensación de entrada o transición. El recurso permite representar el concepto de umbral sin recurrir a una ilustración literal de una puerta.

El símbolo debe poder funcionar junto al nombre y también de manera independiente. En pequeño formato actúa como firma editorial; en soportes de mayor tamaño puede asumir un papel protagonista. Esta flexibilidad permite utilizarlo en cubiertas, lomos, marcapáginas, bolsas y otros puntos de contacto.



Color y tipografía

El burdeos funciona como color principal de Editorial Umbral. Aporta carácter cultural, elegancia y una cierta relación con el mundo editorial sin llevar la identidad hacia una estética histórica excesivamente clásica.

El sistema incorpora además un color específico para cada colección. Historia Antigua, Edad Moderna, Edad Media, Biografías y Ensayo y Cultura utilizan diferentes tonalidades para facilitar la identificación de cada línea editorial. La marca mantiene así una base común y permite construir una biblioteca visualmente organizada.

La tipografía acompaña esta estrategia con una presencia editorial clásica y legible. La jerarquía debe ser clara para que el nombre de la editorial, el título, el autor y la colección puedan convivir sin competir entre sí.

El símbolo como firma editorial

La U no necesita aparecer siempre acompañada del nombre completo. Su función dentro del sistema es actuar como una firma que permita reconocer una publicación de Umbral incluso cuando el logotipo completo no tenga espacio o no sea necesario.

En las cubiertas puede aparecer de forma discreta; en los lomos adquiere un valor especialmente importante porque ayuda a construir una biblioteca reconocible; y en piezas como el marcapáginas puede convertirse directamente en el protagonista.



APLICACIONES

Cubiertas

La cubierta es el principal punto de encuentro entre Editorial Umbral y el lector. Por eso el sistema no obliga a que todos los libros tengan la misma imagen, composición o tratamiento gráfico. Cada título puede desarrollar su propio lenguaje, mientras la marca mantiene una firma común.

El símbolo U, la identificación de la editorial y el sistema cromático de las colecciones aportan esa continuidad. El resultado es una familia editorial reconocible sin caer en la repetición.

Lomos y biblioteca

El lomo es uno de los soportes más importantes de una identidad editorial porque los libros pasan gran parte de su vida vistos de lado. El sistema de Umbral permite que los diferentes títulos construyan una presencia conjunta cuando comparten estantería.

La U, el color de colección y una jerarquía tipográfica clara funcionan como elementos de reconocimiento rápido. Así, la identidad no termina en la portada: continúa formando parte de la biblioteca del lector.



Marcapáginas y otros objetos editoriales

El marcapáginas demuestra que el símbolo puede funcionar de manera independiente. La U se convierte aquí en protagonista y transforma una pieza cotidiana en una extensión natural de la identidad editorial.

Este mismo criterio puede trasladarse a tarjetas, exlibris, bolsas, papelería, material de librería y otros objetos relacionados con la lectura. La marca se incorpora a la experiencia sin necesidad de repetir constantemente el nombre completo.

Librería y punto de venta

Una identidad editorial necesita funcionar también fuera del libro. En librerías y espacios culturales, el sistema puede utilizar el color de las colecciones y la U como elementos de señalización y reconocimiento.

La aplicación debe ser limpia y fácil de identificar a distancia. No se trata de decorar el espacio, sino de crear una presencia de marca que ayude a localizar Editorial Umbral y sus diferentes líneas editoriales.



CONCLUSIONES

Resultado

La nueva identidad de Editorial Umbral convierte el propio nombre de la editorial en el centro del sistema. La U funciona como símbolo, como firma y como recurso gráfico, mientras que el color y la arquitectura editorial permiten ordenar un catálogo diverso sin hacer que todos los libros parezcan iguales.

El resultado es una identidad contemporánea para una editorial especializada en historia: reconocible en una cubierta, identificable en un lomo y capaz de formar una imagen conjunta cuando varios títulos conviven en una misma estantería.

Una marca que crece con su catálogo

Uno de los objetivos del sistema es evitar que cada nuevo título obligue a empezar de cero. La estructura permite incorporar nuevas publicaciones manteniendo la firma de Editorial Umbral y dejando espacio suficiente para que cada libro desarrolle su propia personalidad.

Las colecciones pueden crecer, aparecer nuevas líneas editoriales y desarrollarse ediciones especiales sin perder el reconocimiento de marca. La identidad no se convierte en una plantilla rígida: funciona como un marco que permite publicar contenidos diferentes dentro de una misma casa editorial.

Cierre

El valor de Editorial Umbral no está únicamente en publicar historia. Está en conseguir que el lector quiera entrar en ella. La identidad toma esa idea y la convierte en una experiencia visual sencilla: una U que funciona como abertura, una marca que firma y unas colecciones que construyen una biblioteca reconocible.

El resultado es un sistema editorial preparado para acompañar el crecimiento del catálogo sin perder personalidad. Una marca que no necesita parecer antigua para hablar del pasado y que convierte cada libro en una nueva oportunidad para cruzar el umbral.

Senda Gráfica.

