

GUÍA DOCENTE

DISEÑO DE LA INFORMACION PERIODISTICA

GRADO EN PERIODISMO

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 06-07-2026



I.-Identificación de la Asignatura

Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	1 curso, 2Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación

La asignatura de Diseño de la Información Periodística se configura en el grado de Periodismo como una disciplina cuyas competencias deben considerarse transversales pues afectan a todos los órdenes informativos.

Aunque dentro de los planes de estudio se encuadra en el módulo específico de Periodismo en Prensa, sus contenidos se hacen indispensables para la elaboración de cualquier proyecto de transmisión de información coherente de forma mínima. No se trata, pues, de ofrecer fórmulas estereotipadas de presentación que alcancen a uno u otro medio, sino de imbuir en el alumno conceptos que aporten garantías de rigor y coherencia en criterios informativos que persigan:

1. Comunicar la información de forma clara y precisa buscando la máxima legibilidad.
2. Comunicar con sentido de la proporción, jerarquizando la información de acuerdo con su valor informativo.
3. Comunicar con un estilo reconocible y coherente, buscando la continuidad y el ritmo.
4. Comunicar de manera eficaz; es decir, economía de medios, precisión y eliminación de todo lo que sea superfluo.

Desde esta perspectiva, el Diseño de la Información Periodística no puede comenzar a existir sin las noticias y la actitud que se adopte ante ellas, sin algo que expresar a un público concreto. El Diseño es parte del Periodismo, no es decoración. Contenido y forma son dos aspectos de una misma personalidad periodística. Y por ello es fundamental la armonía y el equilibrio entre el contenido y su presentación.

Todo ello implica una relación estrecha de la asignatura con otras materias de diversa índole, dentro y fuera de su módulo y a lo largo del itinerario formativo previsto. Como lenguaje que es, Diseño de la Información Periodística se relaciona muy directamente con Redacción Periodística o Géneros Informativos e Interpretativos en Prensa para significar, de cara al lector, la valoración que el medio hace de la actualidad informativa.

Al mismo tiempo, Diseño de la Información Periodística participa de los aspectos tecnológicos que inciden de manera cada vez más importante en la configuración de los productos, ya sean impresos o digitales. Y por ello, no sólo se remite a aspectos puramente técnicos que conllevan el manejo de determinados programas específicos, sino que atiende a la estructuración de flujos de trabajo reales en el mercado laboral. Un mercado laboral hacia el que nuestro alumno queda ampliamente orientado. Aunque la asignatura no requiere unos conocimientos previos específicos, sí se hace recomendable el manejo de la interfaz básica de ordenador.

—



III.-Resultados de Aprendizaje

CG05. Utilizar las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (herramientas, soportes y procesos esenciales) para su aplicación tanto en el ámbito del estudio, como en el contexto profesional

CG08. Tomar decisiones y emitir juicios críticos en procesos y situaciones relacionados con la profesión periodística, aplicando para ello conocimientos adquiridos.

CG10. Adaptarse a nuevas situaciones, entornos nuevos o poco conocidos dentro del contexto de la profesión periodística

CG11. Afrontar con actitud creativa y proactiva las dificultades, limitaciones y obstáculos que puedan presentarse en la vida profesional.

CG14. Poseer una disposición favorable a la formación permanente y actualizada para hacer frente a los cambios y novedades (de orden social, cultural, tecnológico, etc.) puedan suceder en el curso de la vida laboral.

CG19. Mantener comportamientos interpersonales eficientes para trabajar en equipo e integrarse de modo fluido en cualquier área funcional de los procesos de gestión y producción de información periodística.

CE03. Utilizar con solvencia las tecnologías y herramientas para el diseño de la información periodística impresa aplicado a la elaboración de textos y productos periodísticos integrales.

CE04. Conocer los elementos que integran un producto periodístico escrito, los recursos disponibles y el tratamiento formal que ha de recibir cada uno de ellos

CE06. Dominar los conceptos y habilidades retóricas esenciales de aplicación para realizar análisis, interpretaciones y opiniones motivadas sobre los productos y la producción periodística.

CE07. Trabajar con los elementos informativos según características: esquematizar el contenido de un mensaje, explicar el significado de un concepto o hecho, extrapolar reglas y leyes

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.

- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

Bloque temático	Tema	Apartados
I. Conceptos fundamentales de diseño periodístico	Tema 1. El diseño periodístico como estrategia de comunicación.	Conceptos y definiciones. Elementos. Objetivos. Especialidades. La función del diseñador en el contexto periodístico.
	Tema 2. Modelos, usos y evolución del diseño periodístico. Introducción al diseño digital.	Peculiaridades generales de los productos periodísticos: medios impresos y medios digitales; públicos, objetivos, extensión y contexto temporal (evolución del diseño a lo largo del tiempo). Modelos de diarios y su repercusión en el diseño. Relación diseño-contenido. El diseño en el periodismo digital: aspectos básicos.
II. Elementos estructurales y de jerarquía del diseño periodístico	Tema 3. Estructuración del espacio gráfico	El formato, la caja/mancha y la retícula como elementos definitorio-expresivos de un producto y como condicionantes de su diseño. División del espacio: de las unidades informativas (noticias) a las unidades menores (despieces, sumarios, titulares, párrafos, ladillos...). Otros conceptos relacionados: corondel, medianil y cuadrícula base.
	Tema 4. Signos lingüísticos	Los signos lingüísticos hacen referencia al componente textual. En un mensaje visual un texto precisa de una apariencia gráfica: tipografía, tamaño, color, orientación... Atender a factores como la visibilidad y la legibilidad. Conceptos básicos periodístico-textuales: titular, entradilla y cuerpo de la noticia, data y firma; ladillo, cintillo y sumario; apoyos/despices; pie de foto y créditos; folio. El texto como recurso informativo. Tipografía: conceptos esenciales (clases, elección y legibilidad), recursos de diseño eficaz (ubicación, tamaño y extensión) y su integración con otros elementos (icónicos, plásticos y estructurales). Líneas (longitud y separación), párrafos (tipos y aplicación como recurso) columnas (naturales y falsas). Estrategias básicas de jerarquización y organización. La utilización de la tipografía en el entorno digital.



	Tema 5. Ortotipografía	¿Qué es la ortotipografía?, su aplicación en el campo del periodismo. Utilización de variantes tipográficas (bold, cursiva, versales y versalitas). Usos del guion, la raya o semiraya y el signo menos, puntos suspensivos, corchete, comillas, etc. Partición correcta de las palabras. Abreviaciones. Tablas y esquemas.
	Tema 6. Signos icónicos o figurativos	Los signos icónicos o figurativos son todos aquellos componentes del mensaje visual que representan elementos de la realidad, es decir, fotografías, ilustraciones, dibujos, etc. Se encuadran en este epígrafe todas aquellas imágenes que representan objetos o entidades reconocibles gracias a nuestras experiencias o fruto de nuestra formación cultural. Fotografía, ilustración e infografía: funciones y estilos. Recursos periodísticos básicos: elección del nivel de iconicidad (grado de semejanza con la realidad), selección del objeto, recorte y determinación del encuadre, ampliación/reducción y siluetas; ubicación, tamaño y cantidad de elementos icónicos empleados.
	Tema 7. Signos plásticos	En este apartado se incluyen los elementos no representativos de ninguna realidad explícita, y que comúnmente forman parte de la estructura del mensaje (líneas, contornos), así como otros elementos integrantes del mensaje visual como el color o las texturas.
	Tema 8. Estrategias para una comunicación eficaz	Aplicación conjunta de los recursos de jerarquización y estructuración disponibles. Contraste, proporción, armonía, simetría, equilibrio... Adaptación al producto. Adaptación al público. Posibilidades técnicas y económicas disponibles.
III. El diseño periodístico en el proceso productivo	Tema 9. Integración del diseño periodístico en el proceso productivo	Producción impresa: el planillo y las maquetas. Fases del proceso de producción del producto periodístico: del bocetado al producto acabado. Sistemas de impresión. Terminaciones básicas. Producción digital. Integración entre dispositivos: diseño específico frente a diseño adaptativo o <i>responsive design</i> . Plataformas de distribución.



IV.B.-Actividades formativas	
Tipo	Descripción
Otras actividades	Evaluaciones en Aula Virtual
Otras actividades	TEORÍA: clases magistrales y resolución de problemas
Prácticas	Ejercicios de diseño, a determinar por cada profesor
Lecturas	Análisis y comentarios sobre documentación aportada. A determinar por cada profesor
Otras actividades	Trabajo fuera de aula, a determinar por cada profesor



V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)

Clases teóricas	14
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	14
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	28
Realización de pruebas	4
Tutorías académicas	30
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	18
Preparación de clases teóricas	30
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	30
Preparación de pruebas	12
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Trabajos individuales	Semana 1 a Semana 15	Elaboración de trabajos fuera del aula que demuestren que el alumno adquiere competencias/capacidades esperadas en el contexto de la asignatura.
Otras actividades	Semana 6 a Semana 15	Las actividades complementarias fuera del aula se programarán en función de los intereses y disponibilidad del grupo, así como de la agenda de eventos durante el semestre. No serán revaluables.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Clase magistral participativa.
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Semana 1 a Semana 15	Análisis de casos reales que permitan entender principios fundamentales del diseño de la información periodística.
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Realización de prácticas en aula, individuales o en grupo, que permitan aplicar los conceptos/contenidos de la asignatura a resultados concretos (productos) mediante habilidades/destrezas propias de un periodista en el ámbito del diseño de la información periodística.



Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Explicación conceptual de recursos del programa de autoedición disponible, siempre en relación a sus atributos comunicativos. Ejercicios de ejemplo (profesor) y ensayo (alumnos): demostración de conocimientos adquiridos, capacidad analítica y ejecución de prácticas.
-----------	----------------------	--

VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN							
	Actividad	Carácter	Modalidad	Tipo	Nota mínima	Ponderación	Periodo	Contenido
SE 1	AE 1.1. Prueba escrita	Individual	Presencial	Revaluable	4	20%	Semana 6-8	Sobre los conocimientos/contenidos de los temas 1-5
SE 1	AE 1.2. Prueba escrita	Individual	Presencial	Revaluable	4	20%	Semana 14-15	Sobre los conocimientos/contenidos de los temas 6-9
SE 4	AE 4.1. Prueba práctica en espacios técnicos (lab Informático)	Individual	Presencial	Revaluable	4	15%	Semana 6-8	Se evaluarán las habilidades / destrezas para aplicar los conocimientos / contenidos adquiridos (formato mancha retícula, elementos textuales y ortotipográfico o secundariamente ajuste de imágenes y arte final básico) empleando el programa de autoedición disponible.



SE 4	AE 4.2 Prueba práctica en espacios técnicos (laboratorio informático).	Individual	Presencial	Revaluable	4	35%	Convocatoria oficial ordinaria	Se evalúan las habilidades / destrezas para aplicar los conocimientos / contenidos adquiridos (elementos icónicos plásticos, jerarquización y arte final básico secundariamente formato mancha retícula elementos textuales y ortotipográficos) empleando el programa de autoedición disponible.
SE 7	AE 7 Actividades complementarias	Individual	Presencial	No revaluable	No	10%	Semana 5-15	Actividades orientadas a consolidar competencias de la asignatura. No

La AE 4.1. Estará relacionada fundamentalmente con:

1. Las decisiones iniciales (formato, mancha, retícula) según el público, contenido y tipo de producto.
2. La decisión y el manejo de los signos lingüísticos, incluidos aspectos ortotipográficos.
3. Secundariamente: control básico de arte final (empaquetado, pdf en pliegos, entrega ordenada del material) y ajuste básico de imágenes (resolución, modo de color y formato).

La AE 4.2. Estará relacionada fundamentalmente con:

1. Las decisiones y el manejo de los signos icónicos (incluido el ajuste de imágenes y su correcto uso: ni ampliar ni deformar).
2. Las decisiones y el manejo de los signos plásticos.
3. La aplicación de recursos de jerarquización y estructuración.
4. La necesidad de adaptación según los condicionantes económicos y del tipo de soporte.
5. Secundariamente: todo lo visto en AE 4.1. (primera parte del curso)

En la AE 7. El estudiante deberá demostrar el aprovechamiento en la misma: la asistencia a jornada, exposición, medio de comunicación, empresa de impresión... irá acompañada de la correspondiente memoria, trabajo o sistema de evaluación equivalente que permita comprobar el nivel de aprovechamiento. Se considera no revaluable al requerir asistencia a actividades temporales y/o supervisión del docente a lo largo de su elaboración.



Evaluación extraordinaria: Se replicará el mismo protocolo de la convocatoria ordinaria, con la excepción de la AE 7 no reevaluable.

Convocatoria adelantada: Se aplicará el mismo método de evaluación que en la convocatoria extraordinaria.

ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN. La evaluación de pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y expresión. Se exigirá un nivel universitario.

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica



LECTURAS BÁSICAS

- ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio (2007). "La lenta evolución del diseño periodístico en la Red". En Larrondo, A.; Serrano, A. (eds.). *Diseño periodístico en internet* (págs. 31-60). Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- CALVO, D., LÓPEZ-GARCÍA, G. y AGUAR-TORRES, J. (2024). *Periodismo digital. Ecosistemas, plataformas y contenidos*. Salamanca, Comunicación Social.
- CANGA LAREQUI, J. (1994). *El diseño periodístico en prensa diaria*. Bosch: Barcelona. [Capítulo 4].
- DE BUEN UNNA, Jorge (2000). *Manual de diseño editorial*. México: Santillana.
- LOCKWOOD, Robert (1992). *El diseño de la noticia*. Ediciones B.: Barcelona.
- MARÍN ÁLVAREZ, Raquel (2013). *Ortotipografía para diseñadores*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MARTÍN MONTESINOS, J. L. y M. MAS HURTUMA (2001). *Manual de tipografía, del plomo a la era digital*. Valencia: Campgràfic.
- MARTINEZ DE SOUSA, José (2004). *Ortografía y ortotipografía del español actual*. Gijón, Trea.
- ZORRILLA RUIZ, J. (1997). *Introducción al diseño periodístico*. Pamplona: Eunsa.

OTRAS LECTURAS BÁSICAS

- Contreras Medina, Fernando y San Nicolás Romera, César (2001). *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*. Blur.
- Gavin Ambrose y Paul Harris (2011). *Diccionario visual de preimpresión y producción*. Index Book.
- Gerstner, Karl (2003). *Compendio para alfabetos. Sistemática de la escritura*. Gustavo Gili.
- Güttler, André (2005). *Historia del periódico y su evolución tipográfica*. Campgràfic.
- Heller, Eva (2004). *Psicología del color*. Gustavo Gili.
- Hochuli, Jost y Kinross, Robin (2005). *El diseño de libros*. Campgràfic.
- Marín Álvarez, Raquel (2014). *Ortotipografía para diseñadores*. Gustavo Gilli.
- Montes Vozmediano y Vizcaíno-Laorga (2015). *Diseño gráfico publicitario. Principios fundamentales para el análisis y la elaboración de mensajes visuales*. OMMPress.
- Tschichold, Jan (2002). *El abecé de la buena tipografía*. Campgràfic.



Bibliografía complementaria

Bibliografía complementaria

- BAINES, Phil y Andrew Haslan (2002). Tipografía función, forma y diseño. Barcelona, Gustavo Gili.
- BANN, D. (2008). Actualidad en la producción para artes gráficas. Barcelona, Blume.
- BODONI, Giambattista (2011). Manual de tipografía-Manuale tipografico (1818). Edición de Stephan Fussel. Varios traductores. Madrid: Taschen.
- CASES i Associats (2010). Diseño de la noticia 2008-2010. Barcelona: Sol90.
- CATOPODIS, Miguel (2014). Tipometría. Valencia: Campgràfic.
- EL PAÍS (2021). Libro de estilo. Madrid: Ediciones El País. Madrid.
- ERREA, Javier (2017). Newspaper Design: Editorial design from the World's Best Newsrooms, Berlín: Editorial Gestalten.
- FERRER, Eulalio (1999). Los lenguajes del color. Mexico D. F.: Instituto Nacional de Bellas Artes. Fondo de Cultura Económica.
- FRANCO ÁLVAREZ, Guillermina. (2005). Tecnologías de la comunicacion: produccion, sistemas y difusion digital. Madrid: Fragua
- FRUTIGER, Adrian (2002). En torno a la tipografía. Barcelona: Gustavo Gili.
- GAVIN Ambrose y Paul Harris (2011). Diccionario visual de tipografía. Madrid: Index Book.
- GAMONAL ARROYO, Roberto (2012). "Del boceto al diseño. La materialización del discurso visual en el Diseño Gráfico". Revista de Comunicación Vivat Academia, nº119, pp. 42-57
- GÖTZ, Veruschka (2002). Retículas para Internet y otros soportes digitales. Barcelona: Index Book.
- HARROWER, Tim y Julie Elman (2012). The Newspaper Designer's Handbook. Séptima edición. McGraw-Hill.
- JURY, David. (2007). ¿Qué es la tipografía? Barcelona: Gustavo Gili.
- KANE, John (2004). Manual de tipografía. Barcelona: Gustavo Gili.
- KIMBERLY, Elam (2006). Sistemas reticulares. Barcelona: Gustavo Gili. 126 p
- KUPPERS, Harald (2005) Fundamentos de la Teoría de los Colores. Barcelona: Gustavo Gili.
- LUPTON, Ellen (ed) (2014). Tipografía en pantalla. GG. Barcelona.
- MARÍN ÁLVAREZ, Raquel (2013). Ortotipografía para diseñadores. Barcelona: Gustavo Gili.
- MARTINEZ DE SOUSA, José (2001). Diccionario de edición, tipografía y artes gráficas. Gijón, Trea.
- MARTINEZ DE SOUSA, José (2004). Ortografía y ortotipografía del español actual. Gijón, Trea.
- MÜLLER-BROCKMANN, Josef (1982). Sistema de retículas. Un manual para diseñadores gráficos. Barcelona: G. Gili. [s.a.]
- POLEN, Joep (2011). Fuente de letras. La anatomía del tipo. Varios traductores. Madrid: Taschen.
- RÀFOLS, Rafael y Antoni Colomer(2003). Diseño Audiovisual. Barcelona. Gustavo Gili.
- RODRÍGUEZ VALERO, Daniel (2016). Manual de tipografía digital. Valencia: Campgràfic
- RUARI Mc Lean (1987). Manual de tipografía. Madrid: Herman Blume.
- SAMARA, Timothy (2004). Diseñar con y sin retícula. Barcelona: Gustavo Gili. 208 p.
- SWAN, Alan (1990). Como diseñar retículas. Barcelona: Gustavo Gili.
- YUNQUERA NIETO, Juan (2016). Revistas y diarios digitales en España. Barcelona: UOC.



Webgrafía [temas 1 a 5]

Tema 1. EL DISEÑO PERIODÍSTICO COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Newseum

<http://www.newseum.org/todaysfrontpages/>

- «Diseño periodístico y ediciones digitales». Artículo de Jesús Canga. Revista Telos

<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero063/disenio-periodistico-y-ediciones-digitales/>

Tema 2. MODELOS, USOS Y EVOLUCIÓN DEL DISEÑO PERIODÍSTICO

- Hemeroteca virtual. Biblioteca Virtual de Prensa Histórica

<http://prensahistorica.mcu.es/es/estaticos/contenido.cmd?pagina=estaticos/presentacion>

- Breve historia de El País

<https://elpais.com/aniversario/2026-01-15/el-pais-cumple-50-anos-de-gran-periodismo.html>

- Ejemplos de diseños históricos

Hemeroteca digital BNE: https://www.bne.es/es/catalogos/hemeroteca-digital?utm_source=chatgpt.com

Hemeroteca virtual. Biblioteca Virtual de Prensa Histórica:

https://prensahistorica.mcu.es/es/consulta/busqueda.do?utm_source=chatgpt.com

- Ejemplos de diseños actuales

Paper papers: <http://www.paperpapers.net/> [en abierto desde biblioteca online accediendo desde myapp]

Portadas revista Time: <http://www.time.com/time/coversearch>

PressReader: <https://www.pressreader.com/es/newspapers/n/as>

Tema 3. ESTRUCTURACIÓN DEL ESPACIO GRÁFICO

- Sección aurea

<https://www.adobe.com/es/creativecloud/design/discover/golden-ratio.html>

https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/proporcion-aurea-explicacion-patrones-naturaleza_20723

- Retículas (concepto)

<http://www.markboulton.co.uk/journal/five-simple-steps-to-designing-grid-systems-part-1>

<http://www.markboulton.co.uk/journal/five-simple-steps-to-designing-grid-systems-part-2>

- Retículas (aplicación digital)

<https://thinkingwithtype.xyz/grid/>

<https://m3.material.io/foundations/layout/layout-overview/parts-of-layout>

<http://www.thegridsystem.org/>

Tema 4. SIGNOS LINGÜÍSTICOS

- Open Educational Resources for Typography (OERT)

<http://www.oert.org/>

- Las diez mejores tipografías de la historia según The Guardian

<https://bit.ly/MejoresTipografias>

- Tipografía y ortotipografía (UOC)

<https://disseny.recursos.uoc.edu/recursos/tipo/es/>

- Bauhaus: del diseño a la tipografía

https://bit.ly/Bauhaus_Tipos_EllenLupton

- Bauhaus: desterrando mitos en tipografía (inglés)

https://bit.ly/TiposBauhaus_Mitos

Tema 5. ORTOTIPOGRAFÍA

- La mesa de la ortotipografía. Jorge de Buen (video)

https://bit.ly/Ortotipografia_JorgedeBuen

Webgrafía [temas 6 a 9]

Tema 6. SIGNOS ICÓNICOS O FIGURATIVOS

- Ejemplos del uso de la imagen en prensa - World Press Photo
<http://www.worldpressphoto.org/>
- Infografía digital y sus posibilidades - Fundación Gabo
<http://www.youtube.com/watch?v=EL1-GELnUAE>
- Ejemplos con diferentes usos icónicos y niveles de iconicidad - Encarni Hinojosa. Ilustración
<http://yohagolosdibujitos.blogspot.com.es>
- Bancos de imagen libres/gratis
<https://graffica.info/14-bancos-de-imagenes-gratis/>

Tema 7. SIGNOS PLÁSTICOS

- Web de Pantone: <http://www.pantone.com/pages/pantone/index.aspx>
- Generadores de colores
Paletas de color: <http://www.colourlovers.com/>
Herramientas Adobe: <https://color.adobe.com/es/create/color-wheel/>

Tema 8. ESTRATEGIAS PARA UNA COMUNICACIÓN EFICAZ

- Ejemplos de trabajos
Portadas de El País Semanal: <http://elpais.com/hemeroteca/el-pais-semanal/portadas/>
Portadas de revistas: <http://www.elportadista.com/>
La buena prensa: <http://labuenaprensa.blogspot.com/2020/03/>
- Ideas sobre diseño: Graffica
<http://graffica.info/>
- Ejemplo de comunicación eficaz: Guía práctica «Comunicación clara» del Ayuntamiento de Madrid
<https://www.comunidad.madrid/sede-electronica/comunicacion-clara>

Tema 9. INTEGRACIÓN DEL DISEÑO PERIODÍSTICO EN EL PROCESO PRODUCTIVO

- Cómo se fabrica el papel
<https://bit.ly/FabricaciónPapel>
- Impresión offset (explicación básica)
<https://www.youtube.com/watch?v=5LMU-zB8Sro>
- Impresión offset (rotativa)
<https://www.youtube.com/watch?v=bIV-OhyGdLs>
- Impresión offset (plana)
https://bit.ly/Impresion_2
<https://www.youtube.com/watch?v=pNZb7CXUjs0&t=7s>
- ¿El fin de los medios impresos?
<https://graffica.info/el-fin-de-los-diarios-impresos-caida-en-picado-o-lento-aterrizaje>
- El diseño de la primera en The New York Times
<https://newspaperdesign.org/2023/08/12/leadership-at-the-new-york-times-understands-the-value-of-great-design/>



IX.-Profesorado	
Nombre y apellidos	BLAS JOSÉ SUBIELA HERNÁNDEZ
Correo electrónico	blas.subiela@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	4
Nº de Sexenios	2
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	0
Nombre y apellidos	HUGO GONZÁLEZ BEJARANO
Correo electrónico	hugo.gonzalez@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Asociado/a
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	0
Nombre y apellidos	JOSÉ RICARDO VIZCAÍNO PÉREZ



Correo electrónico	ricardo.vizcaino@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Catedrático/a de Universidad
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	4
Nº de Sexenios	3
Nº de Sexenios de transferencia	1
Nº de evaluaciones positivas Docencia	5
Nombre y apellidos	MARÍA SOLEDAD GARCÍA GARCÍA
Correo electrónico	soledad.garciag@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Profesor/a Asociado/a
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	0
Nombre y apellidos	MARIO FRANCISCO BENITO CABELLO
Correo electrónico	mario.benito@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a



Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	1
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1