

2^a
Edición



2nd
Edition

SEGUNDA EDICIÓN
PREMIOS MALOFIEJ DE INFOGRAFÍA 93 / 94
SECOND EDITION
MALOFIEJ INFOGRAPHIC AWARDS 93 / 94

AUTORES DE LA EDICIÓN/
AUTHOR'S OF THE EDITION:
Paloma García Fernández
Javier García Sayés
Francisco Lillo

DISEÑO Y MAQUETACIÓN/
DESIGN AND LAYOUT:
Paloma García Fernández
Francisco Lillo

DISEÑO DE PORTADA/
COVER DESIGN:
Francisco Lillo

FOTOGRAFÍA/
PHOTOGRAPHY:
José Ramón Belzunce
David Gray
Eugenio Zúñiga
José Luis Zúñiga

EDICIÓN PATROCINADA POR/
EDITION SPONSORED BY:



EDITA/
PRINTED BY: Gedifin s.a.

Impreso en España, 1994
Madrid

Depósito Legal: M. 30646-1994
ISBN: 84-604-7545-X

© 1994, SOCIETY OF NEWSPAPER DESIGN, CAPÍTULO ESPAÑOL

Todos los derechos quedan reservados.
El contenido de este libro y el CD-ROM no puede ser reproducido, ni total ni parcialmente, ni transmitirse de forma alguna o por cualquier medio electrónico, mecánico o de fotocopia, ni grabarse, sin permiso del editor y del propietario de los derechos.

All rights reserved. No part of these book and CD-ROM may be reproduced, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the copyright owner.

Periodista Gráfico del diario IDAG
(Sweden Today),
Gotemburgo (Suecia)



JONAS DAGSON

*Visual Reporter, IDAG
(Sweden Today),
Goteborg (Sweden)*

Director Adjunto del Arizona
Republic, (Phoenix, USA), Presidente
de la SND Foundation y Fundador
del Chicago Tribune Graphics Service



HOWARD FINBERG

*Assistant Managing Editor, The Arizona
Republic, (Phoenix, USA) President, SND
Foundation and founder of the Chicago
Tribune Graphics Service*

Director Adjunto del Providence
Journal, (Rhode Island, USA)
y Director de la revista Design



DAVID GRAY

*Managing Editor/Graphics
The Providence Journal (Rhode Island,
USA), and Editor of Design Magazine*

Director Gráfico de Time (New York,
USA), autor de "Designing Pictorial
Symbols", "Designer's Guide to
Charts and Diagrams", "The Best In
Diagrammatic Graphics"
y "Pictorial Maps"



NIGEL HOLMES

*Graphics Director, Time (New York,
USA), author of "Designing
Pictorial Symbols", "Designer's
Guide to Charts and Diagrams",
"The Best In Diagrammatic
Graphics" y "Pictorial Maps"*

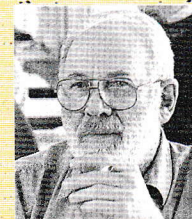
Editor de la Revista Noticias
(Buenos Aires, Argentina) y antiguo
Pro-Secretario de Redacción del
diario Tiempo Argentino



PABLO SIRVEN

*Editor of Noticias,
and former Managing Editor
of Tiempo Argentino
(Buenos Aires, Argentina)*

Consultor Gráfico de la Agencia
Reuters (Londres, Gran Bretaña),
antiguo infografista de The Sunday
Times, autor del manual
"Information Graphics in Colour"
y de "Newspaper Graphics" (IFRA)



PETER SULLIVAN

*Graphic Consultant, Reuters (London,
U.K.); former Graphic Journalist of The
Sunday Times, author of "Information
Graphics in Colour" and
"Newspaper Graphics" (IFRA)*

Director de Infografía
de la Agencia Suiza de Noticias
(Berna, Suiza)



CHRIS J. WALTHER

*Infographics Director,
Swiss News Agency
(Bern, Switzerland)*

1 HOW DO YOU SEE THE PRESENT AND THE FUTURE OF INFOGRAPHICS?

2 WHAT KIND OF INFLUENCE DO YOU THINK THE MALOFIEJ AWARDS COULD HAVE IN THE WORLD OF INFOGRAPHICS?

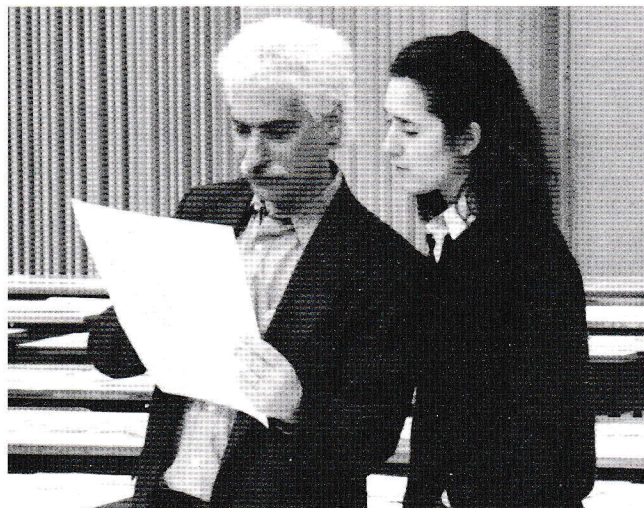
HOWARD FINBERG

1 Los gráficos informativos en las publicaciones periódicas están llegando a un importante cruce de caminos en donde pueden seguir dos direcciones. Una dirección es continuar nuestra actual ruta y gastar energía, esfuerzo, tiempo y espacio en complicados gráficos. El otro camino nos llevaría a un repaso del conjunto de propósitos y valores a tener en cuenta a la hora de presentar la información de forma gráfica o visual. Me preocupa el que podamos continuar en la dirección en la que estamos ahora. El valor y la fuerza fundamental de los gráficos serán adulterados y devaluados por los directores al ejercer una mayor presión para que se haga más efectivo el uso de espacio. Se rebelarán contra - en muchas ocasiones- el uso excesivo de "megagráficos". Un punto de vista más optimista podría ser el que directores -visuales y de redacción- trabajen conjuntamente para decidir el método de presentación más efectivo y el uso más apropiado de recursos humanos y de espacio. Con los cambios tecnológicos ya desarrollados y estudiados, todos los miembros del diario tendrán una oportunidad de usar más gráficos informativos para dar un mejor servicio al lector.

Informational graphics use in newspapers is coming to an important junction. One direction is to continue on our present course, with much energy, effort and space spent on large, complicated and time-consuming graphics. The other way would call for a re-examination of the overall purpose and value of presenting information via a graphic or visual form. I'm worried that if we continue on our present path, the fundamental strength and value of graphics will be diluted and devalued as editors, facing increased pressures to make the most effective use of space, will rebel against the often-excessive "mega-graphic". A more optimistic view would have editors — visual and written— jointly decide on the most effective presentation method and the more appropriate use of resources, which include staff and space.

With the changes in technology already being discussed and developed, all members of the newspaper will have an opportunity to use more informational graphics to better serve the reader.

2 Mi expectativa es que los Premios Malofiej, con el tiempo, tendrán cada vez un mayor papel en todo el mundo, especialmente en la configuración y el camino a seguir de los gráficos informativos. Esto sucederá por dos razones: la primera por la naturaleza única y especializada de los Premios Malofiej, ya que no existe nada parecido que esté destinado de forma específica a la comunidad infográfica, y por los severos criterios a la hora de otorgar premios. La segunda razón son las Conferencias Malofiej. El evento reúne diferentes tendencias y personas de la comunidad infográfica y brinda la oportunidad de reflejar el estado de los gráficos en diarios y revistas. También se pueden oír diferentes opiniones, tendencias y direcciones en este importante campo.



My expectation is that the Malofiej Awards will eventually have a major role in shaping and guiding informational graphics use throughout the world. This will happen because of two things. The first is the unique and special nature of the awards. There is nothing else that specifically addresses the infographic community of journalism and has already set a very high standard in awarding prizes. The second influence will be of the Malofiej Conference. The event brings together different influences in the infographic community for an opportunity to reflect upon the state of graphics in newspapers and magazines and provide their opinion and guidance as to trends and directions in this important field.

DAVID GRAY

1 El siguiente paso adelante en calidad tiene que venir de nosotros, de los infografistas, y será un paso difícil de dar. En la Segunda Edición de los Premios Malofiej vimos muchos y muy buenos gráficos que llegan a ser fáciles de hacer, pero no encontramos ninguno que fuera realmente excepcional. Para que los infográficos sean mejores tenemos que mejorar lo que estamos haciendo. Necesitamos aprender a dejar de lado el ordenador y pensar antes de hacer el gráfico. Hasta que no pensemos antes de hacer el gráfico sólo haremos una continuación de los mismos gráficos que estamos haciendo ahora.

The next step up in quality has to come from us, the practitioners, and it will be a very hard step to take. We saw a lot of good graphics that have become easy to do, but nothing that was truly outstanding. In order for the graphics to