

y desarrollan en esta categoría son: Auto-control, confiabilidad, conciencia, adaptabilidad, orientación a resultados e iniciativa. Esto representa un estado capaz de transformar un simple técnico en diseño a un comunicador eficaz y exitoso.

- **Empatía:** Las habilidades para sentir y palpar las necesidades de otros y de la propia organización, unida a la apertura para servir y cubrir las inquietudes de quienes le rodean. En esta categoría se miden y desarrollan: la empatía, la conciencia organizacional y la orientación al servicio.

En la relación directa del diseñador con el cliente e indirecta con el receptor, reconocer el carácter emocional de una marca, de un *target* o de una idea representa la mayor probabilidad de éxito en la comunicación.

Referencias bibliográficas

- Goleman, Daniel (1998), La inteligencia emocional en la empresa
- Peter Salovey y John D. Mayer (1999)

Esta conferencia fue dictada por **Nicolás Javier Sarquis** (Oxford Agencia de Publicidad - Argentina) el miércoles 30 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

¿Por qué otra fuente? Tipografías, desde la concepción al lector

José Scaglione

De la misma forma en que una cantidad finita de armonías, notas y ritmos pueden ser combinados para la creación de una cantidad infinita de canciones, las proporciones, curvas y formas pueden formar una cantidad infinita de tipografías. Las tipografías son como las canciones, nunca tendremos demasiadas. Pero es en el campo de la tipografía para lectura continua donde las razones para el desarrollo de nuevas fuentes colaboran de manera más visible con el ejercicio de creación artística. La era de las fuentes digitales y el DTP han transformado de manera irreversible las metodologías para el diseño y producción de tipos. Adicionalmente, Internet y la creciente necesidad de producción de piezas de información en distintos idiomas, frecuentemente con diversos alfabetos y sistemas de escritura, también sumaron su importante cuota de complejidad a esta profesión. En este sentido, las tipografías de texto a menudo navegan en la dicotomía entre el soporte de decenas de idiomas y la representación fiel de glifos con particularidades culturales regionales.

Esta presentación describe partes fundamentales del proceso de desarrollo de varias familias tipográficas y de las diferentes tomas de decisiones que este proceso implica. Y muestra con ejemplos reales y recientes, cómo cuestiones como el soporte de lenguajes, el propósito de una fuente o las problemáticas técnicas vinculadas con su reproducción, se convierten en impulsores

fundamentales de la creación de familias para lectura continua.

Sobre TypeTogether

La fundición independiente TypeTogether fue creada en 2006 por Veronika Burian y José Scaglione, quienes se conocieron mientras completaban sus MAs en Diseño de Tipografías en la Universidad de Reading, UK. El proyecto se desarrolló bajo la idea de publicar tipografías de alta calidad y colaborar en proyectos tipográficos. También se definió desde un primer momento como una plataforma que permitiera la participación de otros diseñadores.

El principal objetivo en TypeTogether es encontrar soluciones innovadoras, atractivas y funcionales para el mercado profesional de tipografías de texto, focalizando en fuentes de uso editorial. Y crear tipografías que tengan una excelente performance para lectura continua y a la vez muestren suficiente personalidad y carácter. La calidad del trabajo de TypeTogether ha sido reconocido por importantes publicaciones y en varias competencias internacionales, incluyendo TDC y ED-Awards.

Esta conferencia fue dictada por **José Scaglione** (TypeTogether - Argentina) el martes 29 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Comunicación estratégica y el diseño de mundos

Daniel Scheinsohn

El fundamento motivacional de todo vínculo radica en las necesidades. La naturaleza de cada una de estas necesidades es muy variada (afectivas, financieras, de protección, etc.).

La calidad del vínculo se construye a través de la comunicación. La comunicación establece las condiciones del diálogo y en cierta forma configura las "reglas del juego que se despliegan a través de ese vínculo".

Esta dinámica del vínculo personal también se despliega en la relación que la empresa mantiene con todos y cada uno de los públicos. De manera que la comunicación es un factor determinante para la dinámica relacional de cualquier sujeto social (persona, organización, institución).

El análisis clásico de las organizaciones estuvo centrado en la división del trabajo y en el intercambio de mercaderías. Las nuevas realidades imponen comprender que las sociedades se dinamizan más en función de las relaciones e interacciones y del intercambio de mensajes que a partir del intercambio de objetos materiales.

En mayor o menor medida hoy todos aceptan que la comunicación es un factor crítico implicado en todo pro-