

# Índice

- Introducción a la edición argentina **11**
- Prefacio **13**
- Agradecimientos **17**
- Introducción **19**
- 1893, El libro ideal,  
por William Morris **25**
- 1913, Destrucción de la sintaxis. Imaginación sin cadenas. Palabras en libertad,  
por F. T. Marinetti **31**
- 1921, Programa del primer grupo de trabajo de constructivistas,  
por Alexander Ródchenko y Varvara Stepánova **38**
- 1922, La nueva impresión exige un nuevo diseño,  
por W. A. Dwiggins **40**
- 1923, Con veinticinco soldados de plomo he conquistado el mundo,  
por Francis Meynell **46**
- 1923, La nueva tipografía,  
por László Moholy-Nagy **48**
- 1923, Topografía de la tipografía,  
por El Lissitzky **50**
- 1925, Tipofoto,  
por László Moholy-Nagy **51**
- 1926, Nuestro libro,  
por El Lissitzky **54**
- 1927, ¿Qué es la nueva tipografía?,  
por Walter Dexel **59**
- 1927, Yo soy el tipo,  
por Frederic W. Goudy **62**
- 1928, La impresión de hoy,  
por Aldous Huxley **63**
- 1929, La filosofía del modernismo en la tipografía,  
por Douglas C. Mcmurtrie **67**

- 1929, Esbozo del manifiesto del arte de la publicidad,  
por Fortunato Depero **70**
- 1930, Nueva vida impresa,  
por Jan Tschichold **72**
- 1930, ¿Qué complace al hombre moderno?,  
por Alexey Brodovitch **78**
- 1930, ¿Qué hace que una revista sea "moderna"?,  
por M. F. Agha **82**
- 1932, La copa de cristal o la impresión debe ser invisible,  
por Beatrice Warde **85**
- 1935, Hacia un tipo universal,  
por Herbert Bayer **89**
- 1936, El arte publicitario en Estados Unidos,  
por Earnest Elmo Calkins **92**
- 1938, La expresión visual,  
por Ashley Havinden **97**
- 1940, Palabras punzantes,  
por T. M. Cleland **106**
- 1941, Técnica para tratar con los artistas,  
por W. A. Dwiggins **116**
- 1946, El arte en la industria,  
por Walter P. Paepcke **126**
- 1949, Integración, la nueva disciplina del diseño,  
por Will Burtin **128**
- 1949, La función en el diseño moderno,  
por György Kepes **131**
- 1954, ¿Qué es un diseñador?,  
por Alvin Lustig **139**
- 1956, El diseñador y el cliente,  
por Misha Black **142**
- 1958, Tradición: ¿clisé, prisión o base para el crecimiento?,  
por Herbert Spencer **146**
- 1959, El tipo es para leer,  
por William Golden **151**
- 1959, ¿Qué tiene de nuevo la tipografía estadounidense?,  
por Herb Lubalin **157**
- 1959, La nueva tipografía y su futuro en expansión,  
por Ladislav Sutnar **160**

- 1959, El entorno visual de la publicidad,  
por William Golden 165
- 1959, La tipografía del orden,  
por Emil Ruder 170
- 1960, Publicidad: *¿ad vivum o ad hominem?*,  
por Paul y Ann Rand 174
- 1963, Poesía concreta,  
por Dom Sylvester Houédard 182
- 1964, A veces toco cosas que nunca antes escuché,  
por William Bernbach 187
- 1964, Primero lo primero,  
por Ken Garland 191
- 1964, Las responsabilidades de la profesión del diseño,  
por Herbert Spencer 193
- 1965, Educación para el diseño visual,  
por Gui Bonsiepe 199
- 1965, Retórica visual/verbal,  
por Gui Bonsiepe 206
- 1966, Decadencia de lo visual,  
por Marshall Mc Luhan 213
- 1967, La tipografía es una grilla,  
por Anthony Froshaug 216
- 1967, Diseño de marcas comerciales,  
por Jay Doblin 220
- 1967, Estas son algunas cosas que debemos hacer,  
por Ken Garland 228
- 1967, Pop visual,  
por George Melly 235
- 1970, El afiche: publicidad, arte, instrumento político, mercancía,  
por Susan Sontag 239
- 1972, ¿Cómo se hace la tipografía suiza?,  
por Wolfgang Weingart 266
- 1973, Algunos aspectos del diseño desde la perspectiva de una diseñadora,  
por Sheila Levrant De Bretteville 287
- 1975, Buen diseño es buen negocio,  
por Thomas J. Watson, Jr. 296
- 1975, Edugrafología: los mitos del diseño y el diseño de los mitos,  
por Victor Papanek 302

1976, Este carácter tipográfico está cambiando tu vida,  
por Leslie Savan 308

1977, Diseño tras diseño,  
por Piet Schreuders 313

1983, La era del saqueo,  
por Jon Savage 321

1983, Llamado a la crítica,  
por Massimo Vignelli 328

Sobre los editores 330

Índice de nombres citados 331