

TESTIMONIO

Carlos Palleiro

Señores de la Academia Nacional de Letras de Uruguay,

Muchas gracias por la distinción, honor y compromiso que conlleva recibir este reconocimiento por mi contribución a la difusión del libro.

Amigas y amigos, señoras y señores:

Hoy, 26 de mayo de 2010, Día Nacional del Libro, agradezco su presencia por estar conmigo para que seamos copartícipes del premio con que me distinguen.

Quiero dedicarle este premio a Anhele Hernández, notable amigo, notable ser humano, maestro de maestros.

Quiero contarles algunos recuerdos sobre él que se acumularon durante 48 años. En aquella época Anhele no era el Gran Anhele, era el papá de Moriana.

Un día de 1966, en plena campaña electoral, Anhele apareció en el taller de propaganda de la calle Justicia, blandiendo su compás áureo: Instrumento mágico y misterioso. Ni idea de qué era eso y menos de los pases raros que Anhele hacía con él. Ese día me dije que yo tenía que tener un compás como ése. Dos años después hice realidad ese sueño, y de ahí en adelante, el compás y la sección áurea me acompañan en toda mi actividad plástica y docente.

Otro recuerdo, más cercano, de hace dos o tres años, cuando lo visité para mostrarle mis bichos de Animalerías, y él a su vez me mostró lo que estaba haciendo con técnicas digitales: ¿Anhele, El Maestro, con técnicas digitales? Dibujaba con una tableta digital e imprimía sus grabados en gran tamaño. Le pregunto: Che, Anhele ¿pero eso, sigue siendo un objeto artístico? Y me contestó: Dejate de joder, todo se vale. Y me dejó pasmado y tranquilo.

Le dije entonces: Gracias, y le digo ahora, gracias Anhele.

Quien me introdujo en este mundo maravilloso de los libros y de lo editorial fue Beto Oreggioni, notable editor, gran ser humano y gran

amigo. Hacer las portadas de Arca Editorial fue tremendo paquete que yo, en esa época, no era consciente de lo que significaba para la cultura uruguaya; era un joven irreverente y desfachatado, eso sí, muy entusiasta. Bajo la dirección de Beto hicimos muchas cosas, creo que buenas. Gracias Padrino.

Ustedes disculpen, pero tengo que seguir nombrando gente culpables que yo hoy esté ante ustedes aburriéndolos con tantos recuerdos. Espero que este discurso no sea un pase de lista:

No lo vieron a Molina que no pisa más el bar.

Mis maestros: Primero José María Campaña, El canario.

Che Campaña, yo quiero ser afichista, le dije. Entonces año 64-65, me puso una ramita con un limón, y dale a dibujar. Yo me preguntaba qué tendría que ver ese limón con ser afichista como el Pacho Barnes, Carlos Pieri, Menchi Sábat, Cholo Loureiro, Antonio Pezzino, el equipo AS o como el mismo Carrozzino, mis dioses. Pero perseveraré. En el taller de Justicia, lo mismo barría, que dibujaba o ayudaba con los diseños de otro grande, Rímer Cardillo.

Campaña me presentó con Barnes para que siguiera mi aprendizaje. Aprendí todo lo que fui capaz. Él con una generosidad y paciencia enormes, me condujo por los caminos del buen diseño.

El Pacho me reveló al magenta y su maridaje con el naranja, también la relación incestuosa que mantenían el verde luz con el azul cian (creo que aún son pareja). Con Barnes había que dibujar en serio pero siempre con mucho humor. Pero más que nada, había que pensar. Desde que empecé con esto, que antes no se llamaba Diseño gráfico, lo más importante, lo que definía todo, era y es la idea, las ideas y las palabras. Y, el rigor y el compromiso.

De ahí en adelante muchos proyectos, y la campaña del 71.

En 1976 ya en el exilio, en Buenos Aires, mi familia y yo, nos fuimos a México como refugiados de la ONU. Él con Beatriz Doumerc y sus hijos partieron para Brescia, Italia, después que la triple AAA los amenazara por haber ganado el Premio Casa de las Américas en Cuba.

No puedo dejar de mencionar que estuve un tiempo como aprendiz del Vasco Aizaguer, viejo propagandista, haciendo pintadas profesionales en los muros de Montevideo.

Y tampoco puedo olvidarme de Ema Massera quien me enseñó, un domingo de junio de 1962, en Canelones 1435, lo más elemental de las letras: con un rectángulo de tres cuadrados de base por cinco de alto, se pueden hacer todas las letras, todos los números y todos los símbolos. Con eso escribí: FAE, Frente de Avanzada Estudiantil del Liceo Nocturno 1, glorioso.

Tres por cinco, fácil como una milonga o un cielito o la vida. Las letras y luego las palabras, y las palabras son ideas, y son canciones y son libros.

Hago libros, portadas de libros e interiores de libros. El diseño editorial es una rama interminable del diseño gráfico. Cuando pensamos en diseño editorial, pensamos en comunicación, en medios que usamos para imprimir y llevar noticias, ideas, verdades, mentiras, propaganda, publicidad, conocimientos, ciencia, descubrimientos, esperanzas, poesía, sentimientos, emociones, color, dibujos, fotos, grabados, ilustraciones, recetas culinarias, chistes, caricaturas, humor. Nos llegan diarios, periódicos, folletos, libros, que nos hacen pensar, soñar, divagar, sentir, emocionar, enojar, disgustar, gustar, reír, gozar. Pero que siempre nos alcanzan una herramienta para estar con nosotros mismos.

Libros hay para todos los gustos y de todo tipo:

Novelas, cuentos, ensayos, libros de divulgación, de superación personal, de poesía, de arte, de fotos, de arquitectura, libros para niños, libros de diseño, de ciencias, de ciencia política, de ciencias sociales, de matemáticas, de física, de química, diccionarios, cancioneros, libros de filosofía, de sicología, de historia, de ciencia ficción, de ecología, de astrología, de astronomía, de ciencias ocultas, de música, de parasicología, de humor, de religión, de agricultura, de cocina tailandesa. ¿De qué no hay libros?

Libros hay de todos los tamaños tanto de medidas como de cantidad de páginas: cuadrados, verticales, apaisados, chicos, grandes, muy grandes, gordos, flacos, finitos, gruesos, viejos, muy viejos, nuevos, pesados, insoportables, livianos, rojos, negros, amarillos, magentas, naranjas, azules, verdes, grises.

En fin, hay libros de todos los temas, de todos los tamaños, de todas las edades, de todos los colores.

Entonces ante esa vastedad ¿cómo diseñar un libro?

Los diseñadores nos enfrentamos a un sinfín de posibilidades sobre las que tenemos que decidir y diseñar.

Quién nos pide el trabajo, qué editorial, de qué es el libro, para qué, para quién, el tiraje, intenciones, colección, tipo de papel, tamaño, cantidad de páginas, autor, si lo conocemos, qué escribe, qué ha publicado, si vive, etcétera.

El tamaño: En general se trata de diseñar de acuerdo a los formatos de papeles de plaza para que no haya desperdicio. Luego definir si es vertical, apaisado, cuadrado, tener en cuenta la cantidad de páginas, porque si es poco texto y elegimos un tamaño grande, el libro va a quedar finito, y si es al revés, quedará un ladrillo. Para eso se hace un domi que se ve con el editor.

La caja tipográfica: medianiles iguales o áureos, el famoso diseño de Leonardo de 1 cabeza, 2 boca, 3 pie y 4 lomo, de acuerdo a las manecillas del reloj o al revés. La caja centrada, cargada a la izquierda o a la derecha, hacia arriba o hacia abajo, áurea, a tercios, una columna, dos o tres, parejas o desaparejas. Diseño en espejo non y par o iguales.

Los tipos: con patín o serif, o de palo seco, clásica, nueva, ver el rendimiento o escape. Dicen más legible con patín ¿será? Depende de muchos factores: el ojo de la letra, el ancho de la línea, la interlinea, etcétera. Luego definir el cuerpo del texto, la interlínea, ínter párrafos en general, no. Notas al pie o al final del capítulo o del libro. Sangría, bandos, párrafo francés, citas, comillas, uso de negritas y cursivas. El texto alineado a la izquierda sin cortar palabra o justificado con corte de palabra. Títulos centrados o a la izquierda, descolgados de títulos y de texto, capítulos siempre en non o adonde caiga. El orden del libro: 2 blancas de cortesía o 1 falsa, 2 blanca, 3 portadilla, 4 legal, 5 índice o dedicatoria e índice al final, viudas, huérfanas, colitas, etcétera.

Folios: a la izquierda o derecha, arriba, abajo, al centro o por ahí o en un lugar áureo, grande chico, del mismo tipo que el texto o no, con garigoleos, positivo o negativo, con color o sin folio. Con cornisa o sin cornisa.

Acápíte: Porque ese cielo azul que todos vemos
ni es cielo ni es azul; ¿y es menos grande,
por no ser realidad, tanta belleza?

Bartolomé Leonardo de Argensola

(La versión del tango “Maquillaje” de los hermanos Spósito, dice: “Porque ese cielo azul que todos vemos / ni es cielo ni es azul; lástima grande, / que no sea verdad, tanta belleza. Lupericio Leonardo de Argensola”, que yo escuché por primera vez en un disco de Piazzolla que me vendió Jorge Varlota –Mario Levrero– en su librería de la calle Soriano. Adriana Varela repite esa versión errónea).

Una vez definido eso y algunas cosas más, entonces diseñamos página por página. El libro es puro detalle.

Cuando diseñamos, elegimos, optamos.

El diseñador es un hacedor de cultura. No es un espectador frío y distante. sino un revulsivo de cambio de la realidad que le tocó vivir, es parte de esa realidad, un ser humano que toma partido por las cosas, que opina, que tiene convicciones, preferencias, gustos, afinidades. Siempre se toma partido, incluso cuando no se toma partido estamos opinando. Dijo Carlos Chasalle: “Yo tomo partido incluso cuando se discute la dirección del viento”.

A veces ese compromiso significa tomar partido por el buen diseño, por los buenos dibujos, por la buena tipografía, por la calidad, por lo estético y lo ético.

En los últimos tiempos al diseño gráfico le han llegado tendencias reduccionistas, facilongas, globalizantes, lights, sin contenido, sin compromiso. Ese diseño desmoviliza, pervierte, porque se pierden las identidades nacionales y regionales.

Lo valioso de lo nacional es su particularidad en su universalidad, no en lo global.

Están transformando a las editoriales en negocios que den mucho dinero. El negocio por encima de todo. La mercadotecnia es diosa. Lo nuevo, lo distinto, lo intuitivo, lo creativo, el arte, no cuentan. Una amiga me decía: “Las editoriales de nuevo tipo, han exiliado a la inteligencia y al arte”.

Para diseñar es fundamental la pasión, el amor. Querer con alma y vida lo que uno hace. Amar locamente lo que se dibuja, lo que se diseña, como se ama a una mujer.

Entonces la pasión y también el humor. No hay mejor arma que el humor, la gracia, la ironía, el chiste gráfico. Yo exijo en un diseño gráfico, como mínimo un chistecito, algo que me mueva a sonreír.

Pasión, humor y concepto. Sin ideas no hay diseño.

Parfraseando a Eduardo Galeano, hablando de fútbol: “Yo voy por las canchas mendigando una buena jugada”.

Yo voy por las librerías, por las calles, mendigando una buena idea, mínimo, una idea.

Pasión, humor, idea y compromiso. Es necesario diseñar comprometiéndose con la vida, con uno mismo, con la lucha por las mejores causas de la humanidad, con el propio diseño, para llenar de esperanza y alegría la existencia. Por eso soy partidario del diseño de autor, del diseño de opinión.

Como canta Atahualpa Yupanqui en “El payador perseguido”:

...Si uno pulsa la guitarra
Pa' cantar coplas de amor,
De potros, de domadores,
De la sierra y las estrellas,
Dicen que cosa más bella,
Si canta que es un primor.
Pero si uno como Fierro,
Por ahí, se larga opinando,
El pobre se va acercando
con las orejas alertas,
y el rico vicha la puerta
y se aleja reculando.

Defiendo ese diseño gráfico opinador, porque creo que es el único que contribuye a la liberación y la felicidad del ser humano.

Y como decía Wimpi:

Si algo te pasa que sea para bien.