

Artículo de Actualidad/ Topicality Article

Análisis histórico del idioma guaraní en el diseño gráfico
Historical analysis of the guaraní language in graphic design

Rodolfo Silvero Caballero *, Julio de Torres , Guillermo Darío Sosa Portillo 
Universidad del Pacífico – Paraguay

**Cómo referenciar este artículo/
How to reference this article**

Silvero, R.; de Torres, J. & Sosa, D. (2019). Análisis histórico del idioma guaraní en el diseño gráfico. *Revista Científica en Ciencias Sociales UP*. 1(1):61-74.

RESUMEN

La presente investigación se basó en un análisis histórico del idioma guaraní en el diseño gráfico. Los objetivos fueron: el relevamiento fotográfico, digital y bibliográfico de comunicaciones visuales comerciales, marcas gráficas, productos y carteles que contemplan la presencia del idioma guaraní, y la recopilación de información pertinente con referentes del diseño, la publicidad, la academia idiomática del guaraní y sus usos. Se destaca que, a lo largo de la evolución publicitaria en Paraguay, hubo una visible distancia del idioma guaraní en las comunicaciones comerciales y piezas publicitarias realizadas desde los años 60 hasta finales de los 80, los cuales prácticamente evitaban el uso del guaraní, probablemente influenciados por el régimen de la época. Se concluye que actualmente, el idioma nativo cobra protagonismo transitando por un momento significativo al incorporarse en espacios publicitarios, en el campo cinematográfico y en la internet situando al guaraní en el corredor de las lenguas modernas. Paralelamente las universidades juegan un papel importante ante la necesidad de contar cada vez más con profesionales en el área de diseño y promover investigaciones recopilatorias e históricas que permita ofrecer un enfoque hermenéutico al estudio de nuestro idioma nativo.

PALABRAS CLAVE: guaraní; diseño gráfico; análisis histórico

ABSTRACT

This research was based on a historical analysis of the Guarani language in graphic design. The objectives were: the photographic, digital and bibliographic survey of commercial visual communications, graphic brands, products and posters that contemplate the presence of the Guarani language, and the collection of pertinent information with references to design, advertising, the language academy of Guarani and its uses. It is noted that, throughout the advertising evolution in Paraguay, there was a visible distance from the Guarani language in commercial communications and advertising pieces made from the 60s until the end of the 80s, which practically avoided the use of Guarani, probably influenced by the regime of the time. It is concluded that currently, the native language takes center stage for a significant moment when it is incorporated into spaces to publish them, in the cinematographic field and

Fecha de recepción: abril 2019 - Fecha de aceptación: mayo 2019

***Autor correspondiente:** Rodolfo Silvero Caballero
email: kuyasensei@gmail.com



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia *Creative Commons*

on the internet, placing Guaraní in the corridor of modern languages. At the same time, universities play an important role in the need to have more and more professionals in the area of design and promote compilation and historical research that allows offering a hermeneutical approach to the study of our native language.

KEYWORDS: guaraní; graphic design; historical analysis

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación describe el origen histórico de la lengua guaraní utilizado en el diseño gráfico, haciendo énfasis en aquellas situaciones de riesgos y auges históricos para el idioma guaraní y en la responsabilidad de los diseñadores en la preservación idioma guaraní como acervo la cultura paraguaya.

Situaciones de riesgo y auge históricos para el idioma guaraní

Durante la colonia, recordando que el descubrimiento del Paraguay es anotado en el año 1524, y aunque estaba fundada la arquidiócesis de Asunción desde 1547, la aparición de la primera reducción jesuita se da recién en el año 1609, dando un espacio de 85 años sin una presencia dominante de la iglesia en las primeras comunidades de la provincia. Esto permitió el nacimiento del mestizaje durante varias generaciones, adoptando los colonizadores costumbres y formas de los guaraníes; entiéndase, el idioma, la alimentación, el uso de medicina natural y otros. Además de ello, los descendientes de los españoles con las indígenas, llamados mestizos, durante ese tiempo tuvieron tiempo de crecer, envejecer, volver a reproducirse e incluso morir antes de sufrir un cambio tan grande como lo fuera la imposición de las costumbres cristianas de esa era.

Aun así, los misioneros Jesuitas, aunque encargados de amancebar a los indígenas y educarlos en las costumbres cristianas para poder volverlos mano de obra controlable para la colonia, toman el idioma nativo y con grandes esfuerzos intelectuales le dan forma a las primeras grafías de las palabras nativas a través de la Biblia y el catecismo en Guaraní, tarea autorizada por el Concilio de Lima en 1583, y encomendada a Fray Luis de Bolaños (1539 - 1629), según relata Manuel F. Fernández en su libro *Breve historia del guaraní, la era precolombina*, del año 2002.

Durante la era precolombina, se instruye legalmente el dialecto guaraní en 1603 con el propósito de traducir las ordenanzas de Hernando Arias de Saavedra, en aquel entonces la grafía primitiva no estaba consolidada de modo que según sea el autor las mismas palabras y/o expresiones adoptaba diferentes escrituras. Sin embargo, el uso del dialecto fue ganando empuje y preferencia por las comunidades criollas y mestizas en lo que hoy es el Paraguay, esto colisionaba con el sistema y lenguaje de los nuevos europeos puros (Fernández, 2002).

La afirmación de una sola lengua guaraní y la unificación de dialectos, prácticamente se puede decir que el rescate del guaraní que conocemos se debe a los jesuitas, quienes eran mucho menos tolerantes que los franciscanos al tratamiento que se daba a los indígenas, objetaban el trato casi de esclavitud permitido por las leyes de la encomienda, y presionaron el cambio de las ordenanzas para un trato más humano, fue la institución de las Reducciones, donde los indígenas trabajaban de manera comunitaria y se “educaban” por así decirlo gracias a los jesuitas. Uno de los máximos protectores y exponentes de la lengua guaraní fue Antonio Ruiz de Montoya (1584-1651) quien dedicó gran parte de su vida a estudiarla, su obra

principal consta de tres libros: Tesoro de la lengua guaraní (diccionario guaraní-español), Arte y vocabulario de la lengua guaraní (compendio gramatical y diccionario español-guaraní), y Catecismo de la lengua guaraní, actualmente consultados en temas de etimología (Fernández, 2002). Esos primeros cimientos del idioma guaraní formal, dado por los primeros colonizadores y luego por los Jesuitas, fueron la base para su supervivencia a través de los siglos, hasta su formalización.

El guaraní en el Paraguay Independiente, gobierno del Dr. José Gaspar Rodríguez de Francia, conocido como "El Supremo" (Fiorini, 2016), respetado por su talento, una persona con valores de justicia y honestidad, apoyó a campesinos y a pobres. Derogó la Encomienda y otros regímenes opresores a los indígenas, instituyó la educación escolar gratuita e igualitaria para hombres y mujeres. En cuanto al guaraní, obligó a un pueblo principalmente indígena a una educación impartida principalmente en español, originando una retracción en la oralidad de la lengua nativa, aun cuando muchos autores afirman que el Dr. Francia amaba el guaraní, aprobó Tetã Purahéi (El canto de la Patria), escrito por Anastasio Rolón, oriundo de Caragatay, no permitiendo su traducción oficial, conocido como "el Himno del Dr. Francia", y la versión en español se tuvo sólo después de su muerte (Fernández, 2002). En el gobierno de Carlos Antonio se produjo una revolución cultural sin antecedentes, predominantemente masculina, donde la enseñanza y educación en general debía darse sólo en español extendido también a los materiales impresos llegando a tal punto de ordenar sustituir todos los nombres y apellidos en guaraní por otros que sean de origen español, se puede decir que llevó a la muerte la identidad de los clanes guaraníes, sin embargo la lengua nativa no perdió fuerzas, afortunadamente la ley no pudo ingresar en los hogares, y paradójicamente, el patriotismo se forjó desde allí, las mujeres paraguayas continuaban educando a sus hijos en guaraní. En el gobierno del Mcal. Francisco Solano López, durante la guerra de la Triple Alianza (1865-1870) el guaraní adquirió significancia, masivamente utilizado por la prensa y en las comunicaciones militares. Opuesto a las acciones del antecesor, nacieron periódicos donde animaba las publicaciones (poesías y textos) en guaraní como un factor de unión y consuelo ante un enemigo imponente de manera a alentar a los soldados paraguayos en desventaja ante el enemigo, guerra que redujo la población paraguaya de 1.200.000 a 200.000 personas, pasando de la riqueza a la extrema pobreza y bajo la potestad extranjera (argentina, brasileña e inglesa) de nuevo el guaraní fue perseguido, por no ser el idioma de los nuevos amos de las tierras. Así mismo, argumentaban que el Paraguay debía incorporarse de nuevo a "la civilización" (Fernández, 2002), los hablantes del guaraní en general abominaban esa escolaridad foránea y el guaraní retomó su oralidad y escritura hereditaria (Del Frade, 2015).

En 1932 Paraguay sufre una nueva guerra, antes de recuperarse de la anterior "La Guerra del Chaco", esta vez contra Bolivia, nuevamente los paraguayos se protegieron en la dialecto nativo dando paso basados en el patriotismo y la defensa de la patria: para las canciones como la del grupo Chakore purahéi (canciones de lo del Chaco). Durante la guerra se utiliza el lenguaje guaraní, si bien el Paraguay no recuperó todo su territorio, sin embargo se quedó con una colección poética llena de relatos y esperanzas (Maidana, 2017; Fernández, 2002). Se destaca al poeta y músico Emiliano R. Fernández, quien compusiera durante esos años, posiblemente las letras más antológicas de las poesías y polkas en guaraní (Delgado, s.f.).

Durante el gobierno del Gral. de Ejercito Alfredo Stroessner (1954-1989), empieza lentamente una difusión oficial de las lenguas nacionales (español y guaraní) pero solo el

castellano sería usado en instancias oficiales (Del Frade, 2015; Maidana, 2017). En 1992, la ley constitucional promulga al guaraní como lengua oficial del Paraguay, en pleno periodo de transición posterior a la caída del régimen stronista. En este año se abre por primera vez la posibilidad de convertir formalmente a la lengua guaraní en un idioma academizado y formal, con sus características únicas así como su conexión tan profunda con la historia del país y de la región; poniéndose en marcha el plan del ministerio de educación con respecto a la educación en guaraní, lo cual se trata en la reforma educativa y proyecta como un contenido casi tan largo y completo como el propio castellano, lengua de uso corriente y habitual del Paraguay, más que nada conectada con todo el funcionamiento formal de la república. El Paraguay es el único país latinoamericano donde el idioma guaraní se ha conservado hasta la actualidad (Lustig, 2002).

El guaraní en el Paraguay moderno, según el periodista e investigador Oscar Lescano Barreto, en un artículo para ABC Digital del año 2013, esta lengua data en torno a de 5.000 años de antigüedad (Día del idioma Guaraní, 2015). Actualmente, el idioma nativo cobra vida transitando por un momento significativo al incorporarse en el explorador Firefox de Mozilla y la red social Facebook, propiciado por internautas paraguayos, quienes utilizando las redes sociales empezaron a plasmar imágenes con leyendas y contenidos en guaraní. La aceptación fue tal permitiendo que el guaraní “se anime” a incursionar en uno de los terrenos más pluriculturales, la internet. En este contexto, el director de Investigación Lingüística de la Secretaría de Políticas Lingüísticas (SPL), Domingo Aguilera, elogió la iniciativa del sector privado, situando al guaraní en el corredor de las lenguas modernas (Lezcano, El guaraní en el siglo XXI, 2013). Fuertemente apoyada por empresas nacionales como la agencia Biedermann Publicidad, mediante la realización de una campaña con relación de la inclusión del guaraní al Facebook, obteniendo el premio Cannes Lions en el año 2014 (La agencia paraguaya Biedermann gana, 2014), otro de los proyectos que impulsaron el idioma guaraní al mundo virtual fue Aguaratata (Zorro de Fuego - Firefox) con el apoyo de la Facultad Politécnica de la Universidad Nacional de Asunción, Mozilla Paraguay y el Ateneo de Lengua Guaraní (Lezcano, 2014). Así como estas iniciativas, existen otras como Guaranglish, o Duolingo en Guaraní, que han dado forma a esta nueva “era” del guaraní en el internet. Si bien las instituciones educativas pretenden mejorar la calidad de la enseñanza del guaraní, no es un secreto que la población no está contenta con esta forzosa formalidad gramatical” a la que fue impuesta la lengua, perdiendo así mucho de su esencia ancestral.

El diseño gráfico y el idioma guaraní

En el año 2010, el Lic. Lino Trinidad publicaba en el diario ABC Color, un ensayo acerca de los “Diseños Gráficos en el Idioma Guaraní”, destacando una notoria “movida” por aquellos años, de marcas y organizaciones que proponían sus nomenclaturas y logotipos en idioma guaraní. En el momento, el autor veía el fenómeno como algo novedoso, coincidente con un reinvento de ciertos rubros, como el gastronómico, donde surge un restaurant como “*Ña Eustaquia*”, una cadena de comidas orientada sobre todo a platos típicos paraguayos, muchos de ellos denominados con nombres en guaraní. A partir de ahí, múltiples emprendimientos del rubro gastronómico utilizan el recurso idiomático para promover sus productos.

Antes de este momento, la compañía cervecera Pilsen relanzaría el producto al mercado paraguayo con la frase publicitaria “*Pilsen, Ñane Mba’e Teete*” (Pilsen, lo auténticamente nuestro); y a la par, la compañía telefónica Vox lanzaría la campaña “*Michimi de Vox*”. En

ambos casos se debe destacar que son campañas arriesgadas para la época, considerando que son las primeras que proponen grandes inversiones monetarias en medios masivos y alternativos, y que a su vez incluyen vocablos en guaraní en sus textos. El autor del citado artículo habla de las expresiones de esos años como una forma de hacer “Marketing” por parte de los diseñadores o creativos autores de dichas campañas, pero lo que el mismo escritor no considera es que estas situaciones son frutos de una evolución lógica e histórica del mercado de la publicidad y el diseño gráfico paraguayo, que puede ser contada de forma lógica desde el inicio de las agencias y desde el inicio de la educación terciaria formal de la disciplina a partir del año 1990.

En la recopilación de información acerca de la historia del diseño gráfico paraguayo; esto dentro de un contexto de una cátedra de grado denominada de esa forma en Universidad Columbia del Paraguay. La malla curricular actual de la carrera, sufrió un cambio sustancial en el año 2012, introduciendo por primera vez en 22 años (en ese entonces) la cátedra de historia del diseño paraguayo. La asignatura fue desarrollada por primera vez en el año 2015, y la dinámica elegida para llevarla adelante fue la de realizar constantes y evolutivas investigaciones acerca de la historia del diseño gráfico paraguayo, sus hitos y referentes nacionales.

Tabla 1. Creación de tecnicaturas y carreras de diseño gráfico en Paraguay

Años	Colegios, Universidades e Institutos
1987	Creación del Instituto Art Studium
1990	Creación de la Carrera en la Universidad Católica
1992	Creación del Primer Bachiller Técnico en Diseño Gráfico en Las Teresas
1994	Primer licenciado en Diseño Gráfico.
1997	Creación de Diseño Gráfico en el Instituto de Bellas Artes
2000	Creación de la Carrera de Diseño en la Universidad Americana
2001	Creación de la Carrera de Diseño en la Universidad del Pacífico
2007	Creación de la Carrera de Diseño en Universidad Columbia
2010	Creación de la carrera de diseño en la UNA
2012	Creación de la Carrera de Diseño en La Universidad Católica de Caacupé (La primera carrera de diseño con egresados del interior del país)
2013	Creación de la Carrera de Diseño en UNIBE
2014	Creación de la carrera de Diseño en UNASUR

Fuente: Agüero y Ramírez (2016) - Investigación de GP3 por estudiantes de la Universidad Columbia

La tabla 1 presenta las tecnicaturas y carreras de diseño gráfico en Paraguay impartidos en colegios, universidades e institutos desde 1987 al 2014. El listado presentado no corresponde a la totalidad de ofertas académicas de grado o de formación técnica en diseño, simplemente a las más destacadas en la línea histórica ya sea por cantidad de estudiantes o de egresados. Pero como se puede ver, la primera oferta terciaria formal se da en 1990, luego de la caída de la dictadura stronista; época política y cultural que detuvo el avance de las artes y de formas de expresión visual de todo tipo.

La dictadura stronista se estableció en 1954 y cayó en 1989, periodo durante el cual las artes y las actividades de formación en estos ámbitos se vieron muy relegados, las industrias

publicitarias, los medios impresos y la presencia de empresas nacionales y multinacionales permitió que la economía paraguaya pudiera estabilizarse luego de varias décadas de crisis política y de anarquía gubernamental, donde por mencionar, destacan los hechos de la revolución civil de 1947. Como hitos resaltantes de medios y diseño se puede decir que la aparición de la primera agencia publicitaria se da en 1954, la creación del diario ABC Color en el año 1967, el primer canal de televisión paraguayo, el SNT en 1965, la primera revista cultural “Ecos del Paraguay” en 1855, la bandera paraguaya en 1842, el diseño de la “Albirroja” en 1919.

Estos hitos dan la pauta de que ya había oportunidades y recursos siendo utilizados en comunicaciones comerciales desde mucho antes de la existencia de las carreras. Tal es así que los primeros creativos publicitarios de las agencias paraguayas eran en su mayoría extranjeros (argentinos, uruguayos, brasileros y mexicanos) y funcionarios de las mismas, en su mayoría empíricos o personas con estudios en otras áreas diferentes al diseño propiamente. Ese panorama cambia con la aparición de las universidades, el mercado y la calidad de los diseños mejoran considerablemente, empresas y compañías extranjeras empiezan a contratar los servicios de profesionales paraguayos. Estos *diseñadores* provenientes de las universidades dan un nuevo enfoque a la profesión introduciendo proyectos propios, emprendimientos e ideas nuevas al mercado de la publicidad, la comunicación y otros ámbitos. Surgen concursos, eventos, organizaciones e iniciativas que cuentan con una identidad propia centrada en un sentido de pertenencia hacia una profesión.

Tabla 2. Diseños publicitarios realizados por alumnos de la Universidad de Columbia

Años	Diseños publicitarios	
1995	Paraguay Jaipotava	Campaña de formación en liderazgo
1998	Tatakua, Festival de Ideas	Festival de Publicidad
2003	Diseño Renda	Organización Cultural Sin fines de Lucro
2004	DiseñaPy	Congreso Internacional de Diseño
2013 - 2019	Kuña Fest	Festival de Música y arte femenino
2015 - 2019	Diseño Mandu'a	Jornada de Historia del Diseño - Universidad Columbia.
2017 - 2018	Encuentro Karape	Jornadas de Diseño de la Universidad del Pacífico
2018 - 2019	Mba'e	Jornadas de Diseño del Instituto de Bellas Artes
2019	Ñahendu	Encuentro de Diseño de Universidad Columbia

Fuente: Investigación propia de historia del diseño paraguayo de la Universidad Columbia (2015- 2019)

La tabla 2 muestra diseños de las campañas publicitarias en el idioma guaraní realizados por alumnos de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Columbia. Las campañas seleccionadas son sólo algunas de las realizadas en el ámbito del diseño nacional, el criterio de su selección se debe a sus nomenclaturas, las cuales se encuentran en idioma guaraní. Sobre este punto hay que destacar que, a lo largo de la evolución publicitaria en Paraguay,

hubo una visible distancia del idioma guaraní en las comunicaciones comerciales y piezas publicitarias realizadas desde los años 60 hasta finales de los 80, los cuales prácticamente evitaban el uso del guaraní, probablemente influenciados por el régimen de la época, que como se mencionó antes, no pretendía fortalecer el idioma fuera de su ámbito popular. Términos como “Valle” o “Guarango” eran nuevamente utilizados por aquellos que no deseaban convivir con el idioma guaraní en ámbitos como el empresarial o el de las planas ejecutivas de las marcas.

Hechos como el uso de palabras anglosajonas para la denominación de locales o negocios diferenciaban visiblemente el público receptor de la comunicación. El ejemplo más común de este caso es el de Face’s Pub (El Pub de los Rostros) haciendo una clara referencia a personas de buen aspecto físico; el mismo tiene muy poca diferencia con un desaparecido local llamado Checho’s Disco Club (Club Discoteca de Checho o de Sergio) haciendo una referencia a la forma “Jopará” de llamar al nombre “Sergio”. Ambos locales proponían un estilo muy similar de música y ambiente. Checho’s durante los 90 y sobre todo principios de 2000 tenía mejor infraestructura edilicia que Face’s, sin embargo, el público de Checho’s era considerado de menor nivel económico o cultural, mientras que a Face’s se lo relacionaba con un público de clase media más elevado, a pesar de casi no haber diferencia entre la oferta musical y de entretenimiento.

El tiempo y ciertos hechos puntuales permitieron que el idioma se posicionara nuevamente en la mente del consumidor paraguayo, pero esta vez no tendría una función de rebeldía ante un sistema, sino que el propio sistema favorecería su crecimiento y expansión debido a los cambios culturales derivados del fin de una época de opresión y la aparición de nuevas generaciones sin las ataduras y conceptos de tiempos anteriores.

En la tabla 3. Se observa la aparición del idioma guaraní en varios productos y comunicaciones como transmisor de historia y cultura paraguaya.

Otras acciones que han marcado el camino de un guaraní hoy más aceptado y difundido, motivo de orgullo y canal de conexión con lo más profundo de la historia del país. Esta es la razón por la que, en la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad del Pacífico, se decidió crear la cátedra “*Guaraní en el Diseño*”, en el año 2018, como fruto de un ajuste curricular para la formalización de la licenciatura ante el CONES (Consejo Nacional de Educación Superior). En este contexto surge la oportunidad de convertir este producto académico en un trabajo de investigación gracias a los Fondos Concursables de Investigación de la Universidad del Pacífico periodo 2018.

Tabla 3. Presencia del idioma guaraní en productos y comunicaciones visuales

Productos y comunicaciones	Nombres de productos
Dobles logotipos	(Guarani-Castellano) en los gobiernos nacionales
Películas nacionales en idioma guaraní	Siete Cajas Latas Vacías Guaraní
Campañas publicitarias de productos de consumo masivo	Yerba Mate Kurupi Helados Amandau Jabón Mbokaja Cerveza Pilsen Camisas Pombero
Empresas de comunicación	Ñe'e (Que luego fue Claro)
Bandas de Rock con letras, covers y menciones en guaraní.	Revolber Paiko
Expresiones en videojuegos	Palma Loma Blues Enemigos de la Klase Pirakutu Nhandeixa Tierra Adentro Pombero Malavisión

Fuente: Elaboración propia

Diseñadores, emprendedores y su responsabilidad en la preservación idioma guaraní como acervo la cultura Paraguaya

Al contrario de un maestro, para quien es importante transmitir el conocimiento a partir de una fuente confiable y segura, con el fin de garantizar la calidad del contenido transmitido; en el ámbito del emprendedurismo nacional, una de las palabras menos corrientes o menos acertadas tal vez sea la “seguridad”, sobre todo si se trata de realizar importantes inversiones, considerando que han sido múltiples los casos en que productos que han tenido éxito en otras latitudes han fracasado rotundamente en Paraguay.

En lo que refiere a emprendedurismo “riesgo” sería la palabra más utilizada, ya que los esfuerzos y las inversiones están jugadas a una idea o a una organización que pretende ofrecer un buen producto o servicio al mercado, y a partir de este paso, generar riqueza y hacer crecer una cadena productiva que admita la sostenibilidad del emprendimiento en el tiempo. En este sentido, una decisión compleja (aunque no lo parezca) es la nomenclatura de la marca, producto o servicio. La marca está formada por la identidad visual (logotipo o la forma gráfica) y por el naming (nombre compuesto por la parte fonética y escrita); el naming debe efectuar dos grandes objetivos: reforzar el propósito de la marca y conectar e interactuar con los consumidores (Conexión Esan, 2018).

Por lo cual concluimos que una persona o empresario que decida un nombre en Guaraní para su marca, producto o servicio, está confiando fuertemente en el idioma como factor de

conexión con su público objetivo. Por ello como base de la investigación se ha tomado sólo y exclusivamente a las expresiones de marcas y comunicaciones comerciales realizadas en el sector privado, desechando así la posibilidad de elegir comunicaciones oficiales o marcas derivadas de instituciones del gobierno, donde las políticas del bilingüismo obligan a las instituciones a convertir sus marcas y documentos a los dos idiomas oficiales de la República, es decir, lo hacen (aunque a veces con mucha propiedad) por la obligación que esto representa.

Las marcas y manifestaciones encontradas son casi todas posteriores al año 2000. Desde finales de los 90 e inicios de los años 2000 se empiezan a recibir diseñadores que dan comienzo a las primeras investigaciones relacionadas con el diseño gráfico y el idioma guaraní. La más resaltante de todas es la creación de la *tipografía Jeroky* del diseñador Juan Heilborn allá por el año 2003.

Figura 1. *Directorio de Tipografía Latinoamericana*

Epu'ána

Mboriahu memby toiko mba'apópe
opa hesasêne okaru hañua

omimbipáva

Mboriahu memby guarimi ho'úrõ
ka'irãime ohóne voi ha pya'e

che vy'a hague

emiliano1546@purahéi.org

che Jazmín

Ivai ko mundo itujupaitéma
mboryahúgui opáma ivy'apavẽ

Fuente: Heilborn (2014)

La figura 1. presenta la tipografía bilingüe español-guaraní utilizada en la producción de diseño gráfico

Tabla 4. *Empresas que utilizan denominaciones en guaraní en sus productos y campañas publicitarias*

Empresas	Campañas Publicitarias
Pilsen	“Ñane Mba’e Teete”
Vox	“Michimi”
Munich	“Tuicha la Diferencia”
Copaco	Pombero y Jasy Jatere
MSP	Chake Dengue
Senete	Che Po Remoi

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4, éste enseña empresas que emplean denominaciones en guaraní en sus productos y campañas publicitarias.

Tabla 5. *Ficha técnica de los hallazgos de la investigación*

Ficha técnica

Muestra total	75 gráficas
Rubros	39
Países de origen	6
Fuentes de imágenes	Búsqueda bibliográfica Búsqueda digital Recorrido fotográfico Cátedra guaraní en el diseño Entrevista con referentes
Entrevistados	4
Clases de metodología	10
Horas de investigación	120

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 muestra la ficha técnica de los hallazgos de la investigación, examinado un total de 75 imágenes de 39 rubros, convirtiéndose en una base teórica para la identidad visual paraguaya.

Tabla 6. Listado de productos/marcas

Michimi de Vox	Tesai	Duolingo del Idioma Guaraní
Pilsen Ñande	Yacyreta	"Facebook en Guaraní"
Tatombore	Pombero	Ára - Vino de Entre Ríos
Ro'ysa Helados	Acaray	AO, Aho po'i raity
Maita	Wafle Roga	Pilsen, Ñane Mba'e Teete
Cabichui	Po	Hupi, Oga Porá, Ndahepy'i
Aguara Tata	Yatyta	Tape Ruvicha
Vikipeta	Tatakua	Jurumi Miel de Abejas
Itapúa	Che Dúo	Entidad Binacional Itaipu
Pypore	Arpa Roga	Radio Ñanduti
Guaira	Ñande Bar	Yrendague Cambios
Jerovia	Che Ra'a	"Aravore Handcrafted Organic Luxury"
Areté	Hierros Yacaré	Yhaguy repuestos
Mua	Moroti	Ciudad Mujer, Ñande Kerayvoty Renda
Ja Virá	Banco Itau	Ñande Alfajor Correntino
Jakaru	Kuña Fest	Yerba Mate Kurupi
Eju TV	Karu De la naturaleza a tu mesa	Petropar - Ñande Gas
iGuarani	Fundación Yvy Marãe'ỹ	Ñe'e Pora, Tecnología y confort
Pizza Roga	Banco Amambay	Aseguradora Tajy, propiedad cooperativa S.A.
Parque Ñu Guasu	Heladería Amandau	Yagua.com, el directorio de negocios en Internet
Asu Rohayhu	Hamburguesas Burme'i	Paraguay Jaipotava, Ñandemante Jajapota
Guaranglish	Karu Fit Healthy Food	Oikoite S.A. Tecnología Informática, soluciones open source
Granja Ko'eju	Ñe'e Consultora Digital	Jajapo Web, cambiamos la forma de ver tu empresa.
Club Tacuary	Casa Yasy Comercial	Yacaré Barrio de Marcos Cubas
Arapoty	Fundación Ñande Paraguay	El Vyrorei Ilustrado, el diccionario del Paraguayo
Apicultura		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 presenta una lista de 75 marcas escritas en lengua guaraní que permitieron que el idioma se posicionara en la mente del consumidor paraguayo.

DISCUSIÓN

La presente investigación se basó en un análisis histórico del idioma guaraní en el diseño gráfico. Los objetivos específicos logrados fueron: 1) relevamiento fotográfico, digital y bibliográfico de comunicaciones visuales comerciales, marcas gráficas, productos y carteles que contemplan la presencia del idioma guaraní, y 2) recopilación de información pertinente con referentes del diseño, la publicidad, la academia idiomática del guaraní y sus usos. La recolección de dato fue realizada por los estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la Universidad del Pacífico, bajo la coordinación de los tutores del presente estudio.

La escasa disponibilidad de informaciones dificultó la exploración del estudio, por lo que se recurrió a búsquedas bibliográficas y digitales, recorridos fotográficos y entrevistas a referentes del área. Un total de 75 imágenes de 39 rubros fueron examinadas, convirtiéndose en una base teórica para la identidad visual paraguaya. Es importante entender el impacto que el idioma guaraní puede generar en la publicidad, teniendo en cuenta que este idioma cuenta

con más de 5.000 años de antigüedad (Día del idioma Guaraní, 2015) pudo haber sufrido cambios lingüísticos por causas internas (factores físicos y factores psicológicos) o externas (factores sociolingüísticos, factores demográficos e influencias culturales). La importancia del guaraní no solo radica como un idioma oficial del Paraguay (Const, 1967), sino también su relevancia en el marketing nacional e internacional cobra protagonismo en el mundo actual. La tendencia de implementar spots, marcas y logos en guaraní se hace cada vez más visible en el mercado paraguayo y extranjero, esto se debe en primer lugar a un sentido de pertenencia o identidad hacia el idioma nativo y la existencia de palabras o expresiones que se entiende mejor en guaraní que en castellano (Galeano, 2012). Sin duda alguna, el guaraní es considerado como el idioma de confianza para todo el pueblo paraguayo (El guaraní, el idioma de confianza, 2018), el impacto que genera en la comunicación se basa justamente en el valor de la *confianza*. No obstante, habrá más diseños de marcas de diferentes rubros que irán implementando el guaraní para alcanzar una identidad empresarial.

En cuanto a la literatura paraguaya a nivel internacional, unas de las pocas luces dentro del mundo científico es el estudioso Wolf Lustig, sus contribuciones han sido a partir de su interés por la obra literaria de Augusto Roa Bastos. Múltiples artículos, ensayos y diversos textos respecto al tema pueden ser encontrados en libros u otras fuentes de referencias, convirtiendo de esta manera aportes valiosos para la comunidad paraguaya (Delgado, 2003). Así mismo, aparece el hito cinematográfico *7 Cajas*, que fue hablada en un 80% en Guaraní, generando gran repercusión y reconocimiento para el cine Paraguayo en el 2012 (Hcano, 2012). Además, la película independiente “*Latas Vacías*” de Herib Godoy, lanzada en 2013 (Coronel, 2014) y la película “*Guaraní*” de Luis Zorraquin (Película Guaraní hace historia, 2016), se establecieron igualmente en hitos culturales que permearon en la población logrando premiaciones y reconocimientos, pero sobre todo una identificación y una aceptación del idioma como algo distintivo de nuestra nación (Galeano, 2016). El aporte de las agencias publicitarias, creativas y lingüistas, darán al branding una contribución al sostenimiento y desarrollo de nuestro acervo cultural e idiomático.

El pendiente de este estudio son las marcas en guaraní del siglo XX que ya fueron desaparecidos. La falta de dichas imágenes podría exponer la calidad y diversidad de expresiones comerciales realizadas a partir de los años 50. No obstante, existe aún la posibilidad de contactar con autores y protagonistas de antiguas marcas en guaraní actualmente ausentes o inactivas.

La experiencia de compartir con expertos de diversas áreas sobre un tema en común -nuestro idioma- ha dado para afirmar el papel fundamental que juega el diseño gráfico en la construcción de una identidad cultural.

La Universidad del Pacífico termina por cerrar el último gran hito hasta el momento de este análisis histórico del diseño y el idioma, al crear en 2018, la cátedra “*Guaraní en el Diseño*”, la primera asignatura con esta denominación en la historia de las escuelas de diseño paraguayas. La misma es una cátedra donde los estudiantes investigan las manifestaciones del idioma en marcas y productos comerciales desde lo morfológico, lo semántico y lo sintáctico; conectando así la práctica de la profesión del diseño con la valoración y el rescate de las huellas de nuestro idioma nativo. En el mismo año 2018, la cátedra “*Guaraní en el Diseño*”, fue seleccionada como una de las 300 cátedras innovadoras de Latinoamérica en el “*Foro de Cátedras Innovadoras de Latinoamérica*”, realizado en Buenos Aires en agosto del

mencionado año. La obligación de seguir promoviendo investigaciones recopilatorias e históricas que permita ofrecer un enfoque hermenéutico al estudio de nuestro idioma nativo manifestado en piezas de origen popular y empresarial, debe ser incesante desde la Universidad del Pacífico o desde cualquier academia en general.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad del Pacífico, que permitió la realización de este proyecto de investigación denominado *Análisis Historiográfico de la Presencia del Idioma Guaraní en Productos y Comunicaciones Visuales Comerciales*, desarrollado dentro del marco de “Fondos Concursables de Investigación” de la Universidad del Pacífico, convocatoria 2018.

A los estudiantes de la cátedra guaraní de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad del Pacífico del Paraguay por su ardua participación en el estudio de campo de dicha investigación: Araceli Magali Adlán Legal, Brahian Miguel Gosling Aguilera, Francisco Texeira Godoy y José Luis Cristaldo Carreras.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Lustig, W. (2002). Literatura paraguaya en guaraní. *Revisiones de la literatura paraguaya. América sin nombre*, 4. Recuperado de http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/america-sin-nombre--1/html/02766c78-82b2-11df-acc7-002185ce6064_24.html
- Conexión Esan. (2018). *Consejos para elegir el nombre de una marca o empresa*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/04/naming-consejos-para-elegir-el-nombre-de-una-marca-o-empresa/>
- Constitución de la República de Paraguay (1967). Political Database of the Americas. Asunción, Paraguay, 25 de Agosto de 1967. Recuperado de Base de datos políticos de las Américas: <http://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Paraguay/para1967.html>
- Coronel, J. (23 de setiembre de 2014). “Latas vacías”: el cine posible. *ABC Color*. Recuperado de <https://www.abc.com.py/espectaculos/resenas/latas-vacias-el-cine-posible-1288749.html>
- Del Frade, C. (2015). La resistencia del guaraní: *Latinoamerica en el centro*. Recuperado de <https://www.latice.org/ind/es/agpetrpo1502es.html>
- Delgado, S. (s.f.). Emiliano R. Fernández: *Grandes Figuras de la Literatura Paraguaya, Portal Guaraní*. Recuperado de http://www.portalguarani.com/409_emiliano_r_fernandez.html
- Día del idioma guaraní. (25 de agosto de 2015). *Itaipú Electrónico*. Recuperado de <https://die.itaipu.gov.py/index.php?secao=turbinadas&q=node/6&pagina=108>
- El guaraní, el idioma de confianza de los paraguayos. (25 de agosto de 2018). *Última Hora*. Recuperado de <https://www.ultimahora.com/el-guarani-el-idioma-confianza-los-paraguayos-n2703673.html>
- Fernández, M. (2002). Breve historia del idioma guaraní. La era precolombina: *Portal guaraní*. Recuperado de http://www.portalguarani.com/1683_manuel_f_fernandez_guaranirendacom/13532_breve_historia_del_idioma_guarani_por_manuel_f_fernandez_2002_.html
- Fiorini, J. (6 de enero de 2016). Dr. Francia y sus influencias de Rousseau y el conde de Volney. *Última Hora*. Recuperado de <https://www.ultimahora.com/dr->

- francia-y-sus-influencias-rousseau-y-el-conde-volney-n957279.html
- Galeano, D. (27 de febrero de 2012). El Idioma Guaraní se instala cada vez más en Marketing. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://dgaleanolivera.wordpress.com/el-idioma-guarani-se-instala-cada-vez-mas-en-marketing/>
- Galeano, D. (4 de julio de 2016). El Idioma Guaraní y las Promociones Publicitarias. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://dgaleanolivera.wordpress.com/2016/07/04/el-idioma-guarani-y-las-promociones-publicitarias/>
- Cano, H. (21 de noviembre de 2012). Copia de 7 Cajas enviada a festival de Mar del Plata tenía subtítulos en Inglés. *Epa*. Recuperado de <http://www.epa.com.py/2012/11/21/copia-7-cajas-enviada-festival-mar-del-plata-tena-subttulos-en-ingles/>
- Heilborn, J. (2014). *Tipografía para guaraní*. Recuperado de <http://tipografiaparaguarani.org/>
La agencia paraguaya Biedermann gana premios en festival de Cannes. (13 de junio de 2014). Recuperado de <https://www.ultimahora.com/la-agencia-paraguaya-biedermann-gana-premios-festival-cannes-n804902.html>
- Lescano, O. (13 de diciembre de 2013). El guaraní en el siglo XXI. *ABC Color*. Recuperado de <https://www.abc.com.py/especiales/fin-de-semana/el-guarani-en-el-siglo-xxi-649507.html>
- Lescano, O. (9 de marzo de 2014). El guaraní en el siglo XXI. *Facebook*. Recuperado de https://www.facebook.com/notes/yvy-mar%C3%A3e%E1%BB%B9/el-guaran%C3%AD-en-el-siglo-xxi/603950693031835/?_tn=HH-R
- Maidana, A. (2017). Grado de conocimiento y uso del idioma guaraní de estudiantes en la interrelación con usuarios guaraní-hablantes, Instituto Dr. Andrés Barbero, 2012. *Rev UN Med*, 6(1): 13-86. Recuperado de <http://investigacion.uninorte.edu.py/wp-content/uploads/2018/07/v0601-a01.pdf>
- Película Guaraní hace historia en festival de Gramado. (9 de abril de 2016). *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.py/2016/09/04/pelicula-guarani-historia-premios-internacionales/>
- Delgado, S. (2011). Wolf Lustig, una mirada alemana sobre el universo guaraní. Asunción: *Portal guaraní*. Recuperado de http://www.portalguarani.com/1164_wolf_lustig.html
- Trinidad, L. (1 de mayo de 2010). El guaraní en los diseños gráficos. *ABC Color*. Recuperado de <https://www.abc.com.py/edicion-impres/suplementos/cultural/el-guarani-en-los-disenos-graficos-97338.html>