



PHILOLOGIA HISPALENSIS

ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS

2024 | VOL. XXXVIII 1

PHILOLOGIA HISPALENSIS

AÑO 2024
VOL. XXXVIII/1

ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS



FACULTAD DE FILOLOGÍA
UNIVERSIDAD DE SEVILLA

EVALUACIÓN DE ORIGINALES: Los originales se someten a una evaluación ciega, un proceso anónimo de revisión por pares, siendo enviados a evaluadores externos y también examinados por los miembros del Consejo de Redacción y/o los especialistas del Consejo Asesor de la Revista.

PERIODICIDAD: Anual en formato tradicional y en formato electrónico.

PUBLICACIÓN EN INTERNET: <<https://editorial.us.es/es/revistas/philologia-hispalensis>>, <<https://revistascientificas.us.es/index.php/PH>>.

BASES DE DATOS: *Philologia Hispalensis* se encuentra indexada en CARHUS Plus+2018, CIRC (grupo B), DIALNET, DOAJ, Dulcinea, Index Islamicus, Latindex 2.0 (100% de los criterios cumplidos), MIAR (ICDS 2022 = 10), MLA, REDIB, SCOPUS, ERIHPLUS y ANVUR (Clase A). Asimismo, cuenta con el sello de calidad de la FECYT (8ª edición, 2023) en los campos de conocimiento Lingüística y Literatura dentro de la modalidad Humanidades.

ENVÍO DE ORIGINALES Y SUSCRIPCIONES: Las colaboraciones deben enviarse a través de <<https://revistascientificas.us.es/index.php/PH>>.

DIRECCIÓN DE CONTACTO: Secretariado de la Revista *Philologia Hispalensis*, Facultad de Filología, Universidad de Sevilla, C/ Palos de la Frontera, s/n, 41004 Sevilla; o bien al correo electrónico <philhisp@us.es>.

INTERCAMBIOS O CANJES (BIBLIOTECAS UNIVERSIARIAS): Solicitense a Editorial Universidad de Sevilla o al Secretariado de la revista <philhisp@us.es>.

© De los autores y Editorial Universidad de Sevilla

Financiación: Revista financiada por la Universidad de Sevilla dentro de las ayudas del VII PPIT-US y del Decanato de la Facultad de Filología.

PORTADA: referencias.maquetacion@gmail.com

DEPÓSITO LEGAL: SE-354-1986

ISSN: 1132 - 0265 / eISSN 2253-8321

Maquetación: referencias.maquetacion@gmail.com

IMPRIME: Podiprint

DISTRIBUYE: Editorial Universidad de Sevilla, Porvenir, 27, 41013 Sevilla

Licence Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas
4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0 DEED)



FECYT/441/2023
Fecha de certificación: 28 de julio de 2023 (9ª convocatoria)
Válido hasta: 28 de julio de 2024



EQUIPO EDITORIAL

Directora: Yolanda Congosto Martín, Universidad de Sevilla, España
Secretaria: Leyre Martín Aizpuru, Universidad de Sevilla, España
Editoras: Salomé Lora Bravo, Universidad de Sevilla, España
Natalia Silva López, Fundación Pública de Estudios Universitarios “Francisco Maldonado” de Osuna, España

Coordinadora de Reseñas: M. Amparo Soler Bonafont, Universidad Complutense de Madrid, España

Consejo de

Redacción: Gema Areta Marigó, Universidad de Sevilla, España
Elisabetta Carpitelli, Université Stendhal - Grenoble Alpes, France
Antonio Luis Chaves Reino, Universidad de Sevilla, España
Marianna Chodorowska-Pilch, University of Southern California, USA
Yves Citton, Université Paris 8 Vincennes-Saint Denis, France
Ninfa Criado Martínez, Universidad de Sevilla, España
María Dolores Gordón Peral, Universidad de Sevilla, España
Isabel María Íñigo Mora, Universidad de Sevilla, España
Manuel Maldonado Alemán, Universidad de Sevilla, España
Daniela Marcheschi, Università degli Studi di Perugia, Italia
Pedro Martín Butragueño, Colegio de México, México
Miguel Ángel Quesada Pacheco, Universitetet i Bergen, Norge
Angelica Valentinetti, Universidad de Sevilla, España
Alf Monjour, Universität Duisburg-Essen, Deutschland
María José Osuna Cabezas, Universidad de Sevilla, España
Fátima Roldán Castro, Universidad de Sevilla, España
Antonio Romano, Università degli Studi di Torino, Italia
Juan Pedro Sánchez Méndez, Université de Neuchâtel, Suisse
María Luisa Siguán Boehmer, Universitat de Barcelona, España
José Solís de los Santos, Universidad de Sevilla, España
Modesta Suárez, Université de Toulouse-Le Mirail, France
María Ángeles Toda Iglesia, Universidad de Sevilla, España
José Agustín Vidal Domínguez, Universidad de Sevilla, España
María Jesús Viguera Molins, Universidad Complutense de Madrid, España
Adamantía Zerva, Universidad de Sevilla, España

COMITÉ CIENTÍFICO

Juan Francisco Alcina Rovira, Universitat Rovira i Virgili, España
Gerd Antos, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Deutschland
Gianluigi Beccaria, Università degli Studi di Torino, Italia
Isabel Carrera Suárez, Universidad de Oviedo, España
Carmen Herrero, Manchester Metropolitan University, England
Anna Housková, Univerzita Karlova, Česká Republika
Dieter Kremer, Universität Trier, Deutschland
Xavier Luffin, Vrije Universiteit Brussel, Belgique
Roberto Nicolai, Sapienza - Università di Roma, Italia
Marie-Linda Ortega, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, France
Deborah C. Payne, American University, USA
Carmen Silva-Corvalán, University of Southern California, USA
Alicia Yllera Fernández, UNED, España

CONSEJO ASESOR

ESTUDIOS ÁRABES E ISLÁMICOS

Eva Lapiedra Gutiérrez, Universidad de Alicante, España

Pablo Beneito Arias, Universidad de Murcia, España

Carmelo Pérez Beltrán, Universidad de Granada, España

FILOLOGÍA ALEMANA

Georg Pichler, Universidad de Alcalá, España

Marta Fernández-Villanueva Jané, Universitat de Barcelona, España

María José Domínguez, Universidade de Santiago de Compostela, España

FILOLOGÍA CLÁSICA - LATÍN

Jesús Luque Moreno, Universidad de Granada, España

José Luis Moralejo Álvarez, Universidad de Alcalá de Henares, España

Eustaquio Sánchez Salor, Universidad de Extremadura, España

FILOLOGÍA CLÁSICA - GRIEGO

Didier Marcotte, Université Sorbonne Paris, France

Maurizio Sonnino, Sapienza-Università di Roma, Italia

Stefan Schorn, Université Catholique de Louvain, Belgique

FILOLOGÍA FRANCESA

Dolores Bermúdez Medina, Universidad de Cádiz, España

Monserrat Serrano Mañes, Universidad de Granada, España

María Luisa Donaire Fernández, Universidad de Oviedo, España

FILOLOGÍA ITALIANA

Giovanni Albertocchi, Universitat de Girona, España

Cesáreo Calvo Rigual, Universitat de València - IULMA, España

Margarita Borreguero Zuloaga, Universidad Complutense de Madrid, España

LENGUA ESPAÑOLA

Emilio Montero Cartelle, Universidade de Santiago de Compostela, España

Antonio Salvador Plans, Universidad de Extremadura, España

Antonio Briz Gómez, Universitat de València, España

LENGUA INGLESA

Emilia Alonso Sameño, Ohio University, USA

Carmen Gregori Signes, Universitat de València, España

Nuria Yanez-Bouza, Universidade de Vigo, España

LINGÜÍSTICA

Ángel López García, Universitat de València, España

Eugenio Martínez Celdrán, Universitat de Barcelona, España

Juan Carlos Moreno Cabrera, Universidad Autónoma de Madrid, España

LITERATURA ESPAÑOLA

Pedro M. Cátedra, Universidad de Salamanca, España

Flavia Gherardi, Università degli Studio di Napoli Federico II, Italia

Leonardo Romero Tobar, Universidad de Zaragoza, España

LITERATURA HISPANOAMERICANA

Teodosio Fernandez, Universidad Autónoma de Madrid, España

Noé Jitrik, Universidad de Buenos Aires, Argentina

Edwin Williamson, Oxford University, Inglaterra

LITERATURA INGLESA

Luis Alberto Lázaro Lafuente, Universidad Alcalá de Henares, España

Ricardo Mairal Usón, UNED, España

Carme Manuel Cuenca, Universitat de València, España

TEORÍA DE LA LITERATURA

José Domínguez Caparrós, UNED, España

Antonio Garrido Domínguez, Universidad Complutense de Madrid, España

Isabel Paraiso Almansa, Universidad de Valladolid, España

REVISORES DEL VOLUMEN 38, NÚMERO 1 (2024). ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS

Han actuado como revisores anónimos para uno o más artículos de este número, tanto los aceptados como los rechazados, los siguientes investigadores:

Alejo Fernández, Francisco (Universidad de Extremadura)
Almeida Cabrejas, Belén (Universidad de Alcalá)
Ariolfo, Rosana (Università degli Studi di Trieste, Italia)
Cabello Pino, Manuel (Universidad de Huelva)
Castillo Carballo, Auxiliadora (Universidad de Sevilla)
Castillo Lluch, Mónica (Université de Lausanne, Suiza)
Contreras Izquierdo, Narciso (Universidad de Jaén)
Enrique-Arias, Andrés (Universitat de les Illes Balears)
Feliú-Arquiola, Elena (Universidad de Jaén)
García Aranda, María Ángeles (Universidad Complutense de Madrid)
Garrido Martín, Blanca (Universidad de Sevilla)
Harjus, Jannis (Universität Innsbruck, Austria)
Lorenzo Bergillos, Francisco José (Universidad Pablo de Olavide)
Mariotini, Laura (Sapienza Università di Roma, Italia)
Montoro del Arco, Esteban Tomás (Universidad de Granada)
Morant i Marco, Ricard (Universitat de València)
Moustaoui Srhir, Adil (Universidad Complutense de Madrid)
Muñoz-Basols, Javier (Universidad de Sevilla)
Paredes García, Florentino (Universidad de Alcalá)
Perea Siller, Francisco Javier (Universidad de Córdoba)
Quilis Merín, Mercedes (Universitat de València)
Robles, Sara (Universidad de Málaga)
Romera Manzanares, Ana María (Universidad Complutense de Madrid)
Salvador Plans, Antonio (Universidad de Extremadura)
Samper-Hernández, Marta (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria)
Santamaría Pérez, Isabel (Universidad de Alicante)
Santana Marrero, Juana (Universidad de Sevilla)
Torres Martínez, Marta (Universidad de Jaén)
Ueda, Hiroto (Universidad de Tokio, Japón)

ÍNDICE

Sección Monográfica. Estudios diacrónicos y sincrónicos del paisaje lingüístico hispánico / <i>Diachronic and Synchronic Studies on the Hispanic Linguistic Landscape</i>.....	13
Presentación / <i>Presentation</i>	15-20
Mercedes de la Torre García (Universidad Pablo de Olavide de Sevilla)	
La narración polifónica del estallido social chileno en el paisaje lingüístico de Santiago / <i>The Polyphonic Narration of the Chilean Social Uprising in the Linguistic Landscape of Santiago</i>	21-48
Maria Vittoria Calvi (Università degli Studi di Milano)	
https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.01	
Paisaje lingüístico y crematonimia: la estratificación social de los nombres comerciales / <i>Linguistic Landscape and Crematonymy: the Social Stratification</i>	49-68
Carmen Fernández Juncal (Universidad de Salamanca)	
https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.02	
Paisaje semiótico virtual de las enfermedades autoinmunes: el caso del lupus / <i>Virtual and Semiotics Landscape of Autoimmune Diseases: the Case of Lupus</i>	69-86
M. ^a Victoria Galloso Camacho (Universidad de Huelva)	
https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.03	
El turismo en Huelva a través del paisaje lingüístico urbano / <i>Tourism in Huelva throughout the Urban Linguistic Landscape</i>	87-123
María Heredia Mantis (Universidad de Granada)	
https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.04	
El paisaje lingüístico religioso en Andalucía occidental: tipos de manifestaciones / <i>The Religious Linguistic Landscape of Western Andalusia: Types of Manifestations</i>	125-151
Francisco Molina-Díaz (Universidad Pablo de Olavide)	
https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.05	

Corpus PLANEO: metodología y resultados de un corpus de paisaje lingüístico andaluz / *PLANEO Corpus: Methodology and Results of a Corpus of Andalusian Linguistic Landscape*..... 153-166

Lola Pons Rodríguez (Universidad de Sevilla)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.06>

Una aproximación al estudio del paisaje lingüístico político en el País Vasco: análisis comparativo entre Vitoria-Gasteiz y Zizurkil / *An Approach to the Study of the Political Linguistic Landscape in the Basque Country: Comparative Analysis between Vitoria-Gasteiz and Zizurkil*..... 167-183

Urtzi Reguero Ugarte (Euskal Herriko Unibertsitatea, UPV/EHU)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.07>

Relaciones posibles entre temporalidad y paisaje lingüístico en español / *Possible Relationships between Temporality and Linguistic Landscape in Spanish*..... 185-212

Daniel M. Sáez Rivera (Universidad de Granada)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.08>

Sección Varia

Pronombres personales y género gramatical en español / *Personal Pronouns and Grammatical Gender in Spanish*..... 215-238

Pedro Pablo Devís Márquez (Universidad de Cádiz)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.09>

Juan Gorgues y Lerma. Estudio historiográfico de la fraseología en *Lluvia de refranes* (1879) / *Juan Gorgues y Lerma. A Historiographic Study of Phraseology in Lluvia de refranes* (1879)..... 239-260

Carmen Martín Cuadrado (Universidad Complutense de Madrid)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.10>

Percepción y reconocimiento de la diversidad lingüística del español por parte de jóvenes universitarios vietnamitas / *Perception and Recognition of Linguistic Diversity of Spanish Among Vietnamese University Students*.... 261-278

Ngọc Kim Ngân Võ (Universidad de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Nacional de la Ciudad Ho Chi Minh)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.11>

La ironía en la fraseodidáctica: el caso de las locuciones verbales en estudiantes rusos de ELE / *Irony in the Phraseodidactics: the Case of Verbal Locutions in SFL Russian Students*..... 279-300

Pablo Ramírez Rodríguez (RUDN University)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.12>

Anotación y explotación de variantes gráficas de base fonética en el corpus *Oralia Diacrónica del Español / Annotation and Exploitation of Phonetically-Based Spelling Variation in the Corpus Oralia Diacrónica del Español* 301-323
 Miguel Calderón Campos y Gael Vaamonde (Universidad de Granada)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.13>

Reseñas de libros

Soledad Chávez Fajardo: *Diccionarios del fin del mundo*. Santiago: Fondo de Cultura Económica Chile, 2022, 227 pp. ISBN: 978-956-289-248-3..... 327-331
 Tania Avilés (School for International Training, SIT)

María Isabel Rodríguez Ponce: *Mitologías de la lingüística. Reflexiones sobre comunicación no sexista y libertad discursiva*. Madrid/Frankfurt am Main: Iberoamericana/Vervuert, 2022, 230 pp. ISBN: 978-84-9192-293-3 (Iberoamericana) / 978-3-96869-336-1 (Vervuert)..... 333-336
 Moisés Llopis i Alarcón (Universidad de Chile)

Raquel González Rodríguez y Cristina Sánchez López: *La negación en contraste*. Madrid: Arco/Libros, 2022, 181 pp. ISBN: 978-84-7133-878-5..... 337-341
 Elena Monge Hermida (Universidad Complutense de Madrid)

David Malinowski, Hiram H. Maxim y Sébastien Dubreil: *Language Teaching in the Linguistic Landscape. Mobilizing Pedagogy in Public Space*. Cham, Suiza: Springer, 2020, 370 pp. ISBN: 2215-1656 343-345
 Raquel Navas (University of Warwick)

Victoriano Gaviño Rodríguez y Miguel Silvestre Llamas (Eds.): *De eruditos, maestros, polemistas y otras figuras en la prensa del XIX. Estudios sobre la lengua y su enseñanza*. Madrid: Editorial Síntesis, 2023, 378 pp. ISBN 978-84-1357-285-7 347-351
 Andrea María Requena Millán (Universidad de Córdoba)

María Victoria Galloso Camacho, Manuel Cabello Pino y María Heredia Mantis (Eds.): *Funciones y aplicación didáctica del paisaje lingüístico andaluz*. Iberoamericana Vervuert, 2023, 261 pp. ISBN: 978-84-9192-313-8..... 353-359
 María de las Mercedes Soto Melgar (Universidad de Jaén)

Sección Monográfica

Estudios diacrónicos y sincrónicos del
paisaje lingüístico hispánico

*Diachronic and Synchronic Studies on
the Hispanic Linguistic Landscape*

Mercedes de la Torre García

Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

(Coord.)



ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS

EL TURISMO EN HUELVA A TRAVÉS DEL PAISAJE LINGÜÍSTICO URBANO

TOURISM IN HUELVA THROUGHOUT THE URBAN LINGUISTIC LANDSCAPE

MARÍA HEREDIA MANTIS

Universidad de Granada

herediamantis@ugr.es

ORCID: 0000-0002-1459-0940

Recibido: 02-06-2023

Aceptado: 13-10-2023

RESUMEN

La provincia de Huelva presenta unas características sociodemográficas singulares. Al tener amplios terrenos de costa, recibe una considerable cantidad de turistas todos los años. También la dedicación económica de la provincia a la agricultura de exportación supone un flujo migratorio constante de países de Europa del Este y de África. Las instituciones son conocedoras de ello y, por tanto, diseñan su comunicación con estos sectores de la población a través de los signos que emiten e incorporan al paisaje lingüístico urbano onubense. En este estudio cuantificamos, clasificamos y analizamos el paisaje lingüístico de carácter institucional para conocer el tipo de comunicación que establecen las instituciones y evaluar la situación de multilingüismo que este tipo de signos genera en las ciudades de Huelva. Nuestros resultados apuntan a un mayor interés por parte de las instituciones en la población turista y la repercusión económica de sus actividades de ocio que en la población migrada y sus necesidades de comprensión de los mensajes administrativos y de interés general.

Palabras clave: paisaje lingüístico, sociolingüística, paisaje lingüístico de arriba a abajo, lingüística del turismo, etnovitalidad lingüística.

ABSTRACT

The region of Huelva has a particular socio-demographic characterization. As it has extensive coastal lands, it receives a significant number of tourists every year. Also, the province's economic dedication to export agriculture means a constant migratory flow from Eastern European and African countries. The institutions are aware of this and, therefore, they design their communication with these segments of the population through the signs they emit and incorporate into the urban linguistic landscape of Huelva. In this study we quantify, classify, and analyze the top-down linguistic landscape to know the type of communication established by the institutions and to evaluate the situation of multilingualism that it generates in the cities of Huelva. Our results point to a greater interest on the part of the

institutions rather in the tourist population and the economic repercussion of their leisure activities than in the migrant population and their needs for understanding administrative messages and messages of general interest.

Keywords: Linguistic Landscape, sociolinguistics, top-down linguistic landscape, linguistics of tourism, linguistic ethnovitality.

1. INTRODUCCIÓN

Si bien Landry y Bourhis (1997: 25) presentaron la primera definición de *paisaje lingüístico* (PL) como todos aquellos signos escritos visibles en el paisaje de un territorio específico que cumplen a una vez una función informativa y una simbólica, el concepto se ha desarrollado enormemente desde entonces en una amplia literatura científica. Como muestran los estudios fundacionales de Backhaus (2006b) y los trabajos conjuntos editados por Gorter (2006), Barni y Extra (2008), Shohamy y Gorter (2009) y Shohamy, Ben-Rafael y Barni (2010), el principal rendimiento del paisaje lingüístico estriba en que la cuantificación y la clasificación de los signos lingüísticos del paisaje urbano permiten establecer un índice de la etnovitalidad lingüística de las lenguas presentes en una sociedad concreta. En otras palabras, la presencia (o no) y la frecuencia de aparición de una lengua en el paisaje lingüístico de una ciudad da cuenta del prestigio de esa lengua y de sus variedades internas, así como de la jerarquización de esta frente a otras lenguas. En este sentido, el uso lingüístico sirve de medio para la transmisión de actitudes lingüísticas e, incluso, trasfondos políticos que configuran la convivencia entre habitantes de un mismo territorio.

En este trabajo presentamos un análisis de ciertos tipos de signos que constituyen el paisaje lingüístico de Huelva, la provincia andaluza más occidental y cercana a Portugal. Nos centramos en los signos considerados institucionales o, en términos de Ben-Rafael *et al.* (2006: 14), *top-down* (de arriba a abajo): instituciones públicas de tipo gubernamental, municipal, cultural, educativo, médico y religioso, signos públicos de interés general, anuncios públicos y señalización de calles. Realmente, de todos estos tipos enumerados podríamos resumirlos en el primero. Se trata de signos emitidos por instituciones públicas oficiales¹, organismos públicos de gobierno, pero también emanados de las administraciones públicas y reguladas por el Estado. A través del estudio de estos signos nos proponemos abordar la comunicación que las instituciones establecen con la población general, ya sea con los habitantes del territorio como con los visitantes. Es nuestro objetivo estudiar el multilingüismo y la heteroglosia en un territorio considerado institucionalmente

¹ Estas pueden ser emisoras, pero contar con *actores* que proyecten estos signos institucionales en sus espacios. A pesar de encontrar necesaria esta distinción propuesta por Franco Rodríguez (2009: 3-4), no consideramos relevante para este estudio analizar al actor o intermediario del mensaje, pues en cualquier caso tan solo buscamos la comunicación originada por una institución pública.

como monolingüe. Estudios como los de Castillo Lluch y Sáez Rivera (2011: 78-79) y Pons Rodríguez (2012: 163-228) demuestran que las comunidades españolas en las que no se habla una lengua cooficial, Madrid y Andalucía respectivamente, abundan en signos lingüísticos escritos en lenguas extranjeras. Galloso Camacho (2022: 993-996) y Heredia Mantis (2023a: 211-224; 2023b: 126-127) han dado cuenta de la convivencia de lenguas extranjeras en la ciudad de Huelva y en la provincia onubense, aunque no han profundizado en la proporción que supone el PL institucional frente al privado y comercial. Por ello, los signos analizados en este estudio son aquellos emitidos por instituciones públicas y de carácter multilingüe, escritos en, al menos, una lengua distinta al español. A través de este análisis descubriremos si las instituciones públicas onubenses se comunican con los habitantes de la provincia y con los turistas visitantes en lenguas extranjeras o en lenguas nacionales cooficiales habladas en otras comunidades.

2. FUNDAMENTACIÓN

2.1. El paisaje lingüístico institucional

A pesar de que la literatura científica sobre el paisaje lingüístico crece exponencialmente cada año, llama la atención el especial interés que los investigadores han puesto en el análisis, sobre otros tipos de PL, de los signos de carácter comercial y transgresor (el grafiti). El PL producido institucionalmente ha sido poco analizado hasta este momento precisamente por la dificultad de encontrar signos de este tipo que se salgan del estándar habitual o que presenten rasgos característicos. La mayoría de los estudios que le han dedicado algo de atención a este tipo de signos se centra en la presencia de lenguas no vehiculares en él y a la comparación con la proporción de signos en la lengua oficial del territorio.

Ben-Rafael *et al.* (2006: 19-21) examinan la proporción entre el PL institucional y el PL privado en hebreo, ruso y otras lenguas extranjeras, hebreo-inglés, hebreo-árabe, hebreo-inglés-árabe, árabe-inglés y árabe en el estado de Israel, dividiendo el territorio entre la zona judía, la zona palestino-israelí y la zona palestina. Resumidamente, concluyen que el hebreo es más utilizado que el árabe en todas las zonas, que en la zona palestina los signos trilingües hebreo-árabe-inglés son mucho más frecuentes que en el territorio judío y que, concretamente, los signos institucionales trilingües son los más frecuentes en la zona palestina (65,4%), muy por encima de la frecuencia de signos en árabe o en árabe-inglés. Sin embargo, no se profundiza en qué lenguas extranjeras distintas al inglés o al ruso pueden encontrarse en estos signos y no tienen en cuenta la población destinataria de estos signos.

Esta situación de convivencia de lenguas en heteroglosia es similar a la que se documenta en el País Vasco y en Valencia. Para la primera comunidad, Fernández Juncal (2020c: 133-134) señala que en Bilbao la mayor presencia de PL institucional en la zona centro, de estrato social alto, favorece la proliferación de signos bilingües

español-vasco, así como el uso de la lengua inglesa y otras lenguas internacionales de comunicación, concretamente francés, alemán, latín y japonés. En su estudio de Castro Urdiales, además, solo cuantifica 11 signos de tipo oficial o institucional en inglés y 13 en vasco, pero en todos los casos el signo presenta más de una lengua (Fernández Juncal, 2020b: 332-336). En Trucíos-Turtzioz (Fernández Juncal, 2020a: 341-342) detecta lo contrario que Cenoz y Gorter (2009) documentaban en Donostia-San Sebastián: mientras que en la ciudad la mayoría del PL en vasco era de carácter privado, en entornos rurales son los signos institucionales los que, por política lingüística, potencian la replicación del mensaje en español y en vasco. También resulta relevante el estudio de Lado (2011: 144-147) en el territorio valenciano. Valencia atestigua proporcionalidad entre el PL institucional solo en español, solo en valenciano y bilingüe español-valenciano cuando en su PL privado predomina el uso del español, solo o combinado, frente a la ausencia del valenciano de forma aislada. Estos datos contrastan con los de Gandía, donde los signos institucionales se emiten esencialmente en valenciano y, minoritariamente, con traducción al español, pero en ningún caso en lenguas extranjeras, evidenciando que todos se destinan a la población local catalanohablante.

Por su parte, Backhaus (2006a: 56-58) investiga la presencia de lenguas extranjeras en el PL de Tokio y revela que el inglés es más prominente en los signos institucionales o públicos que en los privados o producidos socialmente y que es más frecuente en concurrencia con otras lenguas, ya sea la japonesa, la china u otras extranjeras. Además, la elección de lengua en favor del inglés connota en los signos institucionales una marca de poder sobre el espacio del contexto comunicativo, ligado estrechamente al prestigio lingüístico del inglés como lengua internacional. Por ello, es muy habitual (83,7% de los signos institucionales) que aparezca el inglés en estos signos (Backhaus, 2006b: 82-83).

En esta línea de estudio de presencialidad de lenguas extranjeras, Castillo Lluch y Sáez Rivera (2011: 79-82; Sáez Rivera y Castillo Lluch, 2012: 316-319) estudian el PL de Madrid y exponen que, de entre más de 3000 signos entre institucionales y privados, solo detectan un signo institucional en chino, concretamente un mensaje de bienvenida de la Comunidad de Madrid, a pesar de que esta es la lengua extranjera más presente, por encima del inglés, en el corpus que analizan. Son el inglés, mayoritariamente, el francés, el alemán, el italiano y el japonés, las lenguas extranjeras que observan en el PL institucional madrileño. Tan solo documentan un signo institucional en árabe en una señal vial de la circunvalación M-30 señalando la dirección a Algeciras y, aunque no señalan que sea el único, un signo institucional en rumano en la iglesia ortodoxa de Alcalá de Henares. Con estos datos observamos, entonces, que el PL institucional multilingüe madrileño selecciona en prácticamente todos los casos destinatarios turistas, no población migrada. Asimismo, estos signos institucionales siguen una distribución *monopoly*, ocupando sobre todo las calles principales del centro histórico, más frecuentadas por los turistas.

En su análisis de la capital andaluza, Pons Rodríguez (2012) refiere que «la rotulación institucional de edificios públicos y oficiales es generalmente monolingüe [...] y tiene una función primariamente informativa» (2012: 117), pero también documenta, aunque sea en menor medida, la existencia en Sevilla de rotulación institucional en árabe, hebreo, inglés, maltés, portugués y turco. Entre el PL institucional multilingüe destaca la rotulación del aeropuerto y la turística en la zona monumental, siendo lo más habitual en este tipo de PL el uso del español, el inglés y el portugués de manera conjunta. Más recientemente, Sivianes Martín (2023: 126) ha evaluado la presencia de PL multilingüe producido institucionalmente frente al producido socialmente en la zona del Aljarafe sevillano y ha concluido que la presencia de estos signos es bastante más baja que en la capital: frente a un 7% en Sevilla, en estos pueblos de la periferia la frecuencia cae a un 2%.

Esteba Ramos (2014: 169) estudia el PL de la ciudad de Málaga en una aproximación muy exhaustiva. Aunque muchos de los signos que documenta son institucionales, los clasifica únicamente bajo la tipología de información turística. Asimismo, añade que la alta presencia del inglés en el PL malagueño se debe especialmente a las políticas lingüísticas europeas que han elevado al inglés a la categoría de lengua internacional oficial de la Unión Europea (Esteba Ramos, 2014: 172 y 179). De sus conclusiones observamos que el PL institucional malagueño en lenguas extranjeras no se dirige más que a la población turista y que este se presenta mayoritariamente en inglés. Posteriormente, analiza el PL de Nerja, una localidad que se encuentra en proceso de transformación social debido al aumento anual del turismo, así como a la llegada de inmigrantes europeos, sobre todo británicos, suecos, alemanes e italianos, y de inmigrantes africanos, especialmente marroquíes (Esteba Ramos, 2018: 194). Entre los 80 signos que analiza, refiere que la mayoría de ellos son bilingües español + inglés, monolingües en inglés o trilingües en español + inglés + alemán (Esteba Ramos, 2018: 195-196). Todos estos signos remiten a las dos realidades que vive la ciudad: por una parte, se utiliza el inglés como lengua internacional del turismo; por la otra, los negocios nerjeños utilizan las lenguas de las comunidades extranjeras residentes en menor medida que el inglés. Aunque en este estudio no se distinga el PL de Nerja por su direccionalidad, se observa que las instituciones malagueñas apenas intervienen en él, sino que es producido socialmente por empresas con una finalidad comercial o publicitaria.

También en la provincia de Málaga se centra el estudio de Robles Ávila (2018) sobre el PL de la Axarquía, una comarca rural que también ha cambiado con la llegada masiva de turistas e inmigrantes. Robles Ávila analiza el PL en lenguas distintas al español de los municipios de Alcaucín (2272 habitantes) y de La Viñuela (2009 habitantes). En el municipio de Alcaucín se contabilizan 9 signos de PL institucional, el 24,3% de la muestra de esta localidad, y en el municipio de La Viñuela 10 signos institucionales, el 20,4% del PL de este otro municipio (Robles Ávila, 2018: 186). Los signos institucionales de Alcaucín son rótulos con información turística y paneles

artísticos a la entrada del pueblo. Entre estos signos, algunos son monolingües en español y otros son bilingües español + inglés. Parecen destinarse solo a los extranjeros turistas y no a los residentes, a pesar de que los signos de este tipo no utilicen siempre la lengua extranjera (Robles Ávila, 2018: 188). En el municipio de La Viñuela, sin embargo, toda la rotulación turística es bilingüe español + inglés, en algún caso aparecen el francés y el alemán. Por ello, Robles Ávila (2018: 189) interpreta que este municipio muestra una política lingüística más acogedora y abierta al turista extranjero que no conoce la lengua española. En ambos casos, se trata de municipios pequeños con un alto porcentaje de residentes y turistas extranjeros en los que la política lingüística tiene que asumir el viraje social hacia el multilingüismo y la presencia cada vez mayor de lenguas extranjeras en el territorio.

Asimismo, Pons Rodríguez (2014) analiza la presencia de PL multilingüe en los municipios portugueses fronterizos de Castro Marim y Vila Real de Santo António, dos localidades colindantes a Ayamonte, atendiendo especialmente a la presencia del español en el PL de estos pueblos. Centrándonos en el PL institucional, Pons Rodríguez observa en Castro Marim que aquellos signos que no son monolingües en portugués son, esencialmente, bilingües portugués + inglés y que el español aparece de forma residual, como en el horario de la Oficina de Turismo (Pons Rodríguez, 2014: 79-80). En Vila Real ocurre de la misma forma. Esta invisibilización del español en el PL institucional puede constituir una «omisión clara del hecho fronterizo», debida quizá a la presunción de que los turistas españoles comprenden la lengua portuguesa o la inglesa (Pons Rodríguez, 2014: 81).

Algunos estudios centran su atención en el paisaje lingüístico de la migración, de modo que cuantifican los signos públicos o institucionales destinados a la población migrada. Ma (2017: 68, 2019) analiza la presencia de PL escrito en chino, bilingüe español-chino y escrito en español por sinohablantes. Lo único que destaca acerca del PL institucional es que es muy escaso en su corpus, compuesto mayoritariamente por signos privados, socialmente producidos o *bottom-up*, y dado que su estudio se centra en analizar la finalidad y el destinatario de los signos, así como los errores lingüísticos presentes, no profundiza en esta cuestión ni ofrece datos estadísticos respecto a la direccionalidad de los signos de su corpus.

A raíz del estudio de la presencia del español en la ciudad de Roma, Ariolfo y Mariottini (2022: 38) utilizan una nueva distinción en el etiquetario de su plataforma *Paesaggi e Lingua Roma* entre signos de carácter institucional para reflejar «las complejas relaciones intersticiales entre instituciones y colectivos». Distinguen entre el PL de entorno informal y entorno institucional, con independencia de la direccionalidad del signo. Así, es posible distinguir un mensaje privado en un entorno institucional, como un anuncio de alquiler en un consulado, de un mensaje institucional en un entorno informal, como un cartel de una celebración oficial en un restaurante. Entre los signos de PL documentados en Roma, Mariottini (2016: 172-173, 2018: 229-233) destaca que algunos son de carácter completamente oficial,

como los signos de las iglesias, y otros oficiales en entornos informales, como los carteles de eventos relacionados con América Latina. No obstante, todos los signos documentados son monolingües en italiano: las instituciones italianas no se comunican con la población migrada hispanohablante.

Observamos en todos estos estudios previos que abordan el PL institucional que este suele ser menos abundante que el privado, que suele estar revestido de la autoridad conferida por sus emisores y que suele elegir o bien la lengua vehicular o bien las lenguas internacionales de prestigio. Las lenguas de migración son poco frecuentes y se reservan para los signos privados. Por ello, esperamos encontrar en nuestro análisis un mayor número de signos institucionales destinados a turistas que a otro tipo de destinatarios, como población migrada.

2.2. El turismo en la provincia de Huelva

En el pasado año 2022 Huelva recibió 3 232 535 turistas y fue la quinta provincia andaluza más visitada, recibiendo el 10,5% del turismo andaluz. Los análisis turísticos de los dos años anteriores concluían un aumento general de las cifras de turismo nacional frente al internacional por la coyuntura postpandemia. Respecto a la cifra de 2019, en 2022 ha aumentado el número de turistas en casi 700 000, respecto al año de la crisis 2020 se ha triplicado el número y respecto a la de 2021 ha aumentado en 1 200 000 (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, s. f.). Comparando las demás provincias andaluzas, el número de visitantes es cercano al de provincias ampliamente conocidas por su patrimonio histórico como Granada o Sevilla. Aunque es en los últimos años cuando esta cifra ha alcanzado los valores récord, ya en el año 2010, en plena crisis económica tras el estallido de la burbuja inmobiliaria, se superaba el millón y medio de turistas anuales, por encima de las cifras de Córdoba y de Almería.

El último informe BATA de SAETA (Sistema de Análisis y Estadística de Turismo de Andalucía, 2021: 133) del año 2021 muestra que 2020 supuso un año de decrecimiento turístico en cuanto a la variación del número de pernотaciones en todas las provincias, incluyendo Huelva. No obstante, Huelva fue una de las provincias que más pernотaciones perdidas recuperó ya en 2021. En 2022 se observa la recuperación completa del turismo onubense al nivel anterior a la crisis COVID. Incluso se puede pronosticar que, tras el bache de los años 2020 y 2021, las cifras turísticas (número de turistas y número de pernотaciones) en Huelva continúan en escalada ascendente desde comienzos del siglo XXI, al igual que el resto de Andalucía.

Asimismo, de las 2 589 996 pernотaciones que se realizaron en el año 2021 en la provincia onubense, 2 232 289 fueron en alojamientos hosteleros de la costa, es decir, un 86,2% de las pernотaciones se pueden considerar turismo litoral o costero. Uno de los mayores atractivos de la provincia es la gran extensión de costa, y así se ve igualmente reflejado en las encuestas realizadas respecto a los hábitos de consumo turístico: un 56,4% de las actividades realizadas por los viajeros andaluces

en 2021 fue el uso y disfrute de las playas, cifra que ha aumentado frente a la reducción de actividades culturales realizadas en espacios cerrados (Sistema de Análisis y Estadística de Turismo de Andalucía, 2021: 43). Aunque en comparación con el resto de las costas andaluzas Huelva sea de las menos visitadas, pues solo un 10,8% de las pernoctaciones costeras andaluzas de 2021 fueron en la costa onubense, es evidente que el turismo de playa es el más lucrativo en Huelva. Es necesario tener en cuenta que en Andalucía el turismo de playa es el de mayor grado de fiabilidad, pues un 74,5% de los viajeros que recibió el litoral andaluz en 2021 ya habían visitado Andalucía en 2020. De este modo, las administraciones públicas asumen que el turismo litoral es una constante, año tras año, y eso repercute en el paisaje lingüístico de los municipios costeros.

A pesar de que las cifras oficiales de turismo muestran el aumento gradual, las investigaciones en torno al turismo onubense no son especialmente halagüeñas. En ellas da la sensación de que las preferencias de los visitantes apenas son tenidas en cuenta en el marco de planificación turística provincial, pues no se contempla la promoción del destino costero. Las propuestas científicas se encaminan a potenciar el turismo enológico desarrollado, sobre todo, en el Condado de Huelva (Plaza Mejía *et al.*, 2008), el turismo adaptado especialmente en ciudades con patrimonio histórico (Jurado Almonte y Fernández Trisancho, 2013) o, quizás más interesante, el turismo inteligente, propuesto para mejorar la gestión de Huelva como destino turístico apoyándose en las novedades tecnológicas para hacerlo más atractivo (Vargas Sánchez, 2014). Estas propuestas, unidas a las reivindicaciones tanto sociales como científicas (Márquez Domínguez y Jurado Almonte, 2005) en favor de la construcción de un aeropuerto en la provincia onubense, dejan entrever que las cifras turísticas ofrecidas desde las administraciones pueden no estar respaldadas por cifras similares de visitas en infraestructuras turísticas, tales como museos o actividades culturales. Si bien el turismo inteligente puede ser una gran baza para potenciar el turismo patrimonial, este requiere una inversión económica quizás desmedida para las administraciones públicas. Estas, en la presentación de estadísticas anuales de turismo, muestran mayor favor hacia el turismo de playa porque necesita muchos menos recursos económicos y cuenta con una gran infraestructura hostelera construida.

En el marco transfronterizo del Bajo Guadiana, el hermanamiento del municipio de Ayamonte con el vecino ribereño Vila Real de Santo António ha proporcionado una infraestructura internacional transfronteriza, representada en la agencia Cooperación Transfronteriza España-Portugal y en Interreg, la agencia de Cooperación Territorial Europea. La existencia de estas agencias proporciona una dotación presupuestaria, las últimas provenientes de fondos europeos FEDER y de los fondos del Mecanismo para la Recuperación y la Resiliencia que facilitan la creación de signos lingüísticos hispano-portugueses situados estratégicamente en puntos turísticos de la provincia. Por ello, en los últimos años las instituciones onubenses y andaluzas

han colocado nuevos signos en estos espacios turísticos, pensados especialmente para potenciar el turismo de frontera. Sin embargo, los esfuerzos de estas alianzas entre los gobiernos de ambos países no parecen tener el efecto económico y turístico deseado. Hernández Ramírez (2017) califica estas iniciativas gubernamentales de «escasa capacidad de maniobra política y frágil integración transfronteriza», considerándolas más ineficientes que las propias iniciativas ciudadanas de los habitantes de los municipios fronterizos. Estas, por falta de medios económicos, acaban por no materializarse en nuevas infraestructuras y tampoco son apoyadas por las agencias supraestatales. En este sentido, la presencia de los signos creados bajo el sello de estas agencias de cooperación no favorece especialmente un aumento del turismo portugués en la provincia onubense.

Desde el pasado 2021, los gobiernos de España y de Portugal sellaron un acuerdo de cooperación transfronteriza a nivel educativo que se encamina a suplir esta falta de comunicación entre los países vecinos. El proyecto se denomina Escuelas Bilingües e Interculturales de Fronteras (EBIF) e implica a los ministerios educativos de ambos países, pues consiste en promover «prácticas pedagógicas y didácticas bilingües e interculturales» empezando por el primer ciclo de la Educación Primaria Obligatoria. Esta promoción del bilingüismo se traduce en la inauguración de clases de Lengua Portuguesa, sin menoscabo de la materia de Lengua Inglesa, con la finalidad de, a través de la educación bilingüe español-portugués, en un futuro se estrechen lazos de cooperación reforzados desde el comienzo de la educación reglada. Los centros onubenses que participan en este proyecto son el C.E.I.P. Virgen del Carmen (Isla del Moral) y el C.E.I.P. Galdames (Ayamonte). Este cambio de enfoque en las políticas de cooperación, ahora centradas en el ámbito educativo, brinda una nueva oportunidad para potenciar el desarrollo económico de los municipios limítrofes de Ayamonte y Sanlúcar de Guadiana.

En definitiva, teniendo en cuenta las cifras de turismo, las propuestas sociales y las infraestructuras existentes, esperamos ver reflejada estas realidades turísticas en el PL onubense. El marco turístico favorece la existencia de signos institucionales situados en zonas cercanas a las playas y, en menor medida, a los elementos patrimoniales. También son esperables los signos lingüísticos en los municipios fronterizos que visibilicen los esfuerzos de las agencias de cooperación transfronteriza. En menor medida, podríamos ver reflejadas las propuestas emanadas desde los estudios científicos: signos lingüísticos enfocados al turismo enológico, al turismo sostenible y al turismo inteligente.

2.3. La inmigración en la provincia de Huelva

En general, los datos demográficos de la migración en el siglo XXI han mostrado un proceso de escalada del flujo inmigratorio recibido en Andalucía, en general, y en Huelva, en particular. En los últimos cuatro años, aunque 2020 supuso un año de descenso de tasas migratorias por la pandemia, se detecta un aumento de la

inmigración en Huelva. De 2633 inmigrantes recibidos en el año 2016, aumenta a 4684 en el año 2021 (Instituto Nacional de Estadística, s. f. a). Esto supone tan solo el 6% de la inmigración recibida en Andalucía. Sin embargo, es la tercera provincia de España en número de inmigrantes procedentes de África, por detrás de Almería y Málaga, y la primera en proporción de inmigración recibida procedente de África respecto del total de inmigrantes recibidos, 54,5%, seguida de cerca por Almería, 52,4%, y bastante lejos de la proporción de Málaga, 13,6%. Los datos de empadronamiento ofrecen resultados similares a los saldos migratorios. En abril de 2023 Huelva registra un total de 62 491 (11,7%) empadronados de nacionalidad extranjera de un total de 532 456 habitantes. En los últimos dos años se han empadronado 6000 nuevos residentes de nacionalidad extranjera en esta provincia, siguiendo un ritmo en escalada similar al de las otras provincias andaluzas. Asimismo, es la tercera provincia andaluza con mayor proporción de residentes extranjeros censados, solo superada por Almería 23,5% y Málaga 22,5% (Instituto Nacional de Estadística, s. f. b).

Estos datos confluyen con los registrados en el Régimen Agrario, pues el saldo migratorio se ve reflejado en el aumento de los trabajadores extranjeros afiliados. En 2008, el 77,8% de los trabajadores agrarios, unos 20 000 aproximadamente, eran población extranjera (Aznar Sánchez *et al.*, 2015: 61). Las estadísticas de 2023 muestran un aumento considerable respecto a 2008. Actualmente, 42 087 trabajadores del Régimen General de la provincia de Huelva son extranjeros, de los cuales 23 409 son extracomunitarios, mientras que 33 744 trabajadores del Régimen Agrario son extranjeros, de los cuales 19 198 son extracomunitarios. Respecto al total nacional, solo un 1,5% de los trabajadores extranjeros del Régimen General se circunscriben a la provincia onubense, pero de los trabajadores extranjeros afiliados en el Régimen Agrario, los onubenses suponen un 15% del total, destacando que un 26,9% de los trabajadores agrarios extranjeros procedentes de la Unión Europea se circunscriben a esta provincia. Las únicas provincias que superan a la onubense en número de extranjeros afiliados al Régimen Agrario son Almería, con 41 652 afiliados, y Murcia, con 44 160. Asimismo, es la provincia española que más extranjeros de dentro de la Unión Europea tiene afiliados al Régimen Agrario, mientras que en cifras de afiliados no comunitarios mantiene la tercera posición (Instituto Nacional de la Seguridad Social, s. f.).

Todas las cifras oficiales apuntan a un aumento de la población extranjera en la provincia de Huelva, proveniente en su mayoría de la inmigración tanto desde países europeos como países americanos y africanos. Por esta razón, esperamos que las instituciones públicas muestren algún tipo de comunicación en el paisaje lingüístico a través de signos de carácter informativo. Gran parte de la población migrada no habla español ni de forma nativa ni de forma adquirida, por lo que no pueden comprender los signos institucionales escritos en español. Dado que la información institucional debería llegar a toda la población residente, incluso también a la no residente (como los trabajadores contratados en origen o los inmigrantes no documentados), esperamos cierta presencia de este tipo de signos traducidos a las

lenguas extranjeras mayoritarias en la provincia onubense, como el árabe y el rumano. En este trabajo prestamos atención a este tipo de signos y medimos su presencia entre los signos multilingües institucionales.

3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Los objetivos perseguidos en este estudio sobre el paisaje lingüístico institucional de la provincia de Huelva son:

1. El análisis de la frecuencia y la función del uso de lenguas extranjeras en la señalización emitida por instituciones públicas con jurisdicción en la provincia de Huelva.
2. La evaluación del rendimiento de este paisaje lingüístico en cuanto a su recepción real en la comunicación dirigida a hablantes de lenguas distintas al español.

En este sentido, hemos observado todos los signos que integran el paisaje lingüístico onubense cuyo emisor es cualquier tipo de institución pública: el Gobierno de España, la Junta de Andalucía, la Diputación Provincial de Huelva, los ayuntamientos de los municipios estudiados, asociaciones oficializadas —concretamente, Andalucía Inserta y CODENAF (Cooperación y Desarrollo con el Norte de África)— y todo tipo de administración pública emanada de estas instituciones, tales como oficinas de turismo, oficinas de extranjería, centros de salud, centros educativos públicos, consejerías, delegaciones o comisarías de cuerpos policiales, entre otras.

Atendiendo a los estudios previos referentes a las relaciones de estas administraciones públicas con la población hablante de lenguas distintas al español, hemos partido de las siguientes hipótesis:

- a. Las administraciones públicas en la provincia de Huelva utilizan de forma regular lenguas distintas al español en su señalización oficial para su comunicación con visitantes extranjeros.
- b. Las administraciones públicas en la provincia de Huelva se comunican con la población extranjera migrante residente en la provincia en lenguas distintas al español y al inglés, dada la coyuntura sociodemográfica actual.

Ambas hipótesis son independientes entre sí, pues una atiende a la comunicación institucional con turistas y la otra a la comunicación con personas migradas. Como hemos expuesto, las lenguas extranjeras habladas por visitantes turistas son consideradas o valoradas como lenguas de prestigio y, por ello, son mayorizadas para garantizar el éxito en la comunicación. Su presencia en el territorio andaluz genera una situación de multilingüismo. Por otra parte, las lenguas extranjeras habladas por inmigrantes son percibidas como modalidades lingüísticas desprestigiadas por la población local y también por las instituciones. Son relegadas al ámbito

privado y minorizadas en los espacios públicos. Esta actitud frente a las lenguas migradas provoca la heteroglosia entre dichas lenguas y el español, pues no se utilizan de la misma manera en el paisaje lingüístico ni en la comunicación cotidiana, sino que son jerarquizadas atendiendo a su prestigio social.

Se ha cartografiado los diez municipios onubenses de entorno urbano: Huelva, Almonte, Bollullos Par del Condado, Moguer, Aljaraque, Punta Umbría, Cartaya, Lepe, Isla Cristina y Ayamonte. Estos municipios han sido seleccionados previamente para el estudio del paisaje lingüístico multilingüe y heteroglósico en función del número de habitantes, en todos ellos superior a 15 000 habitantes². El cartografiado completo de estos municipios se ha realizado mediante la toma de fotografías de los signos lingüísticos en lenguas distintas al español durante el año 2022 y principios de 2023. A través de estas imágenes, se han transcrito y traducido los signos. Luego, se ha elaborado registro individual de cada uno de ellos en la plataforma web del proyecto de investigación «Paisaje lingüístico andaluz: planificación y observación cartográfica» (<https://paisajelinguistico.es/corpus.php>). Estas fichas se etiquetan en función de los parámetros materiales del signo: código, lengua(s), alfabeto(s), tipo de discurso, estado del signo, forma material del signo, dinamicidad, tipo de traducción, direccionalidad, tipo de escritura, capas y estatus, además de acompañarse con palabras clave para un sistema de búsqueda refinado.

Los signos analizados en este estudio se limitan a aquellos categorizados en cuanto a su direccionalidad como «Producidos institucionalmente», como se ha expuesto en el marco teórico. Para el análisis de los datos se han tomado en cuenta los siguientes parámetros: lengua(s), forma material del signo y tipo de traducción. Todos los signos se encuentran operativos, dado que el carácter en teoría imperecedero de las instituciones que los producen hace que solo dejen de estar operativos con el desgaste físico del signo por la erosión natural o por el vandalismo. Al ser signos institucionales, todos son de estatus autorizado. Además, todos se han producido por medios industriales recurriendo a escritura mecánica.

En cuanto a las características discursivas de estos textos, se han analizado tres parámetros. Uno de ellos se recoge etiquetado en el corpus PLANE0, el tipo de discurso. En este sentido, se distinguen textos informativos, instructivos, aquellos que son a una vez informativos e instructivos y expresivos. Entendemos que la función apelativa no necesariamente debe ligarse a los discursos instructivos. Si bien este tipo de textos contienen instrucciones de tipo normativo que deben respetarse, los textos expresivos, a una vez que transmiten sentimientos generados

² Bollullos Par del Condado tiene una población ligeramente inferior, 14 293 habitantes según el censo de 2022, y, por la evolución de la cifra en los últimos diez años, no parece estar en proceso de escalada poblacional. No obstante, se acerca mucho a la cifra estipulada como límite, además de que a partir de 10 000 habitantes se considera geográficamente ciudad y no pueblo. En la provincia de Huelva hay otras cuatro poblaciones que están entre los 10 000 y los 15 000 habitantes, a saber, Gibrleón (12 930), Valverde del Camino (12 721), Palos de la Frontera (12 483) y La Palma del Condado (10 770).

por los referentes en los que se sitúan, también apelan al destinatario a realizar una determinada actividad, la visita turística o la contemplación de los monumentos. Los dos parámetros discursivos analizados que no se recogen en el corpus PLANE0, precisamente por la dificultad en su sistematización, son el emisor del signo y el destinatario del signo, entendiéndolo este como el receptor ideal o pensado por los emisores. En este parámetro, en principio distinguíamos tres tipos de destinatarios: población local, población inmigrada y turistas visitantes. Tras el análisis de los signos, hemos hallado un tipo especial de destinatario que no es fácilmente clasificable en estas tres categorías: la de patrones de embarcación. En los municipios de Ayamonte, Cartaya, Isla Cristina, Lepe y Punta Umbría se localizan varios puertos náuticos recreativos en los que tanto habitantes locales como habitantes extranjeros tienen atracadas embarcaciones de recreo, como yates, catamaranes, veleros o lanchas. Los signos localizados en estos puertos se dirigen especialmente a los propietarios de estas embarcaciones, y una parte de ellos son población extranjera que reside estacionalmente en España, con independencia de si posee una propiedad inmobiliaria o si pernocta en su embarcación. Por este carácter estacional de cuasi residencia, hemos distinguido este tipo de destinatario respecto a los turistas.

Las poblaciones estudiadas se sitúan en la zona sur de la provincia, siguiendo la línea de costa. Ayamonte es la población más cercana a Portugal, en la frontera del río Guadiana por su desembocadura, y Bollullos Par del Condado y Almonte son las más cercanas a la provincia de Sevilla, la primera a solo 56 kilómetros de la capital andaluza. Todas las poblaciones están comunicadas por carretera por la autovía A-49 y por transporte público en tren solo Huelva, encontrándose Bollullos Par del Condado cercano a la estación de La Palma del Condado y Moguer cercano a la estación de San Juan del Puerto. Como se muestra en estudios previos (Heredia Mantis, 2023b: 125), la situación geográfica de estos municipios no es azarosa. La zona costera de la provincia se encuentra más poblada por razones económicas. Son los municipios que condensan el espacio urbano de la provincia y son los que se dedican, dentro del sector primario, a las fuentes más lucrativas: la agricultura de exportación, entre otras la de frutos rojos, y la pesca. A continuación (véase la Tabla 1), exponemos la tabla de datos geográficos y demográficos de estos municipios. En ella se aprecian algunas cuestiones relevantes. La extensión de los núcleos poblacionales de Ayamonte, Isla Cristina, Lepe, Cartaya y Almonte son mayores a la del resto de municipios, exceptuando la capital, porque en ellos se integran las localidades costeras de Isla Canela, Isla del Moral, la Mancomunidad de Islantilla (circunscrita en la tabla al término municipal de Isla Cristina), La Antilla, El Rompido, Nuevo Portil y Matalascañas. Asimismo, en el amplísimo término municipal de Almonte se encuentra la Reserva Natural de Doñana y la aldea de El Rocío, enclaves fundamentales para comprender la presencia de signos multilingües en el municipio.

Tabla 1

Datos geográficos y demográficos de las poblaciones estudiadas

	Número de habitantes (Instituto Nacional de Estadística, s. f. c.)	Extensión del término municipal (Diputación Provincial de Huelva, s. f.)	Densidad de población	Extensión de los núcleos poblacionales ³
Aljaraque	22 078 hab.	33,9 km ²	651 hab./km ²	4,3 km ²
Almonte	25 448 hab.	860,6 km ²	30 hab./km ²	10,4 km ²
Ayamonte	21 725 hab.	143 km ²	152 hab./km ²	5,5 km ²
Bollullos Par del Condado	14 293 hab.	49,4 km ²	289 hab./km ²	4 km ²
Cartaya	20 717 hab.	226 km ²	92 hab./km ²	6,7 km ²
Huelva	141 854 hab.	152,4 km ²	931 hab./km ²	12,6 km ²
Isla Cristina	21 523 hab.	49,7 km ²	433 hab./km ²	7,3 km ²
Lepe	28 617 hab.	128,2 km ²	223 hab./km ²	7,1 km ²
Moguer	22 643 hab.	203,9 km ²	111 hab./km ²	2,3 km ²
Punta Umbría	16 167 hab.	38,6 km ²	419 hab./km ²	2,3 km ²

Nota. Fuente: elaboración propia

Por otra parte, el dato de la densidad poblacional está estrechamente vinculado a la extensión del territorio municipal. De esta manera, el número de habitantes por km² de Almonte es bajísimo debido a la enormidad de su extensión. Algo similar ocurre con la cifra de Cartaya y Moguer. El primer municipio cuenta con grandes terrenos agrícolas y con gran parte del paraje natural de la desembocadura del Río Piedras en el que se ubican las localidades de El Rompido y Nuevo Portil. El segundo municipio también dedica grandes extensiones de terreno al cultivo y abarca parte de la localidad costera de Mazagón y parte de la Reserva Natural de Doñana junto con Almonte, Lucena del Puerto y Bonares. Los municipios cuyo término es menos extenso muestran una elevada densidad de población: Aljaraque, Bollullos, Isla Cristina y Punta Umbría. Si circunscribiéramos el número de habitantes de estos municipios solo a sus núcleos poblacionales, el dato se homogeneizaría.

En todos estos municipios, hemos cartografiado igualmente las localidades costeras. Estas han sido especialmente relevantes para este estudio, pues son los espacios donde se ubican las playas de la provincia. Estas han sido tradicionalmente el principal reclamo turístico y el motivo de visita a nuestra provincia. Por ello,

³ Se computa tanto la localidad principal como las localidades costeras y las aldeas.

hipotetizábamos que las administraciones públicas, locales, regionales y autonómicas, priorizarían la señalización y rotulación multilingüe en estos espacios, teniendo entre los posibles destinatarios ideales a hablantes de lenguas distintas al español.

4. RESULTADOS

Para este análisis de signos lingüísticos institucionales, de los 1169 signos escritos en lenguas distintas al español de la provincia de Huelva recabados en el corpus PLANEO, hemos aislado los signos de carácter institucional, siendo un total de 173 signos. Por tanto, los signos institucionales (*top-down*) solo suponen el 14,8% del PL onubense, frente al 85,2% de signos producidos socialmente (*bottom-up*).

La distribución geográfica de estos signos ha resultado desigual entre municipios (véanse la Tabla 2 y la Figura 1). La mayoría de estos se encuentran en el municipio de Ayamonte y en la capital. Aunque esperábamos que la capital fuera la que albergase un mayor número de signos, tampoco es sorprendente que encontremos más signos en los municipios costeros, principales receptores de turismo en la provincia. Huelva supera por poco al número de signos presentes en Isla Cristina, municipio en el que se agrupan los signos de la localidad principal y los de la localidad de Islantilla. Los municipios de Lepe y Cartaya se encuentran parejos, lo cual responde a una coyuntura social y territorial similar. El municipio de Almonte presenta un número mayor al esperado, frente a Punta Umbría, que al ser municipio con playas y puerto náutico esperaríamos encontrar un mayor número de signos. Los municipios de Moguer y Bollullos Par del Condado presentan cifras bajas, y en el municipio de Aljaraque no se encuentra ningún signo del tipo estudiado.

Tabla 2

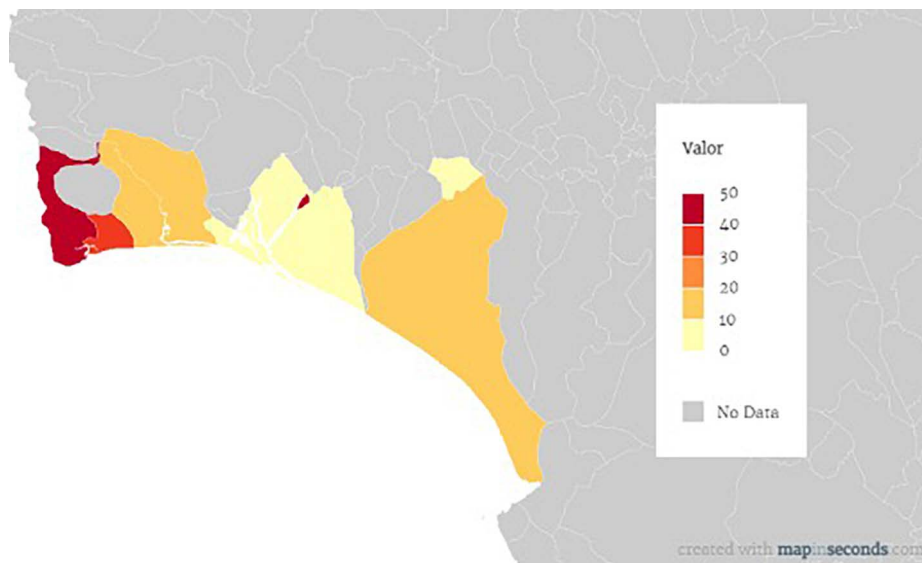
Distribución de signos

Municipio	N.º de signos	Frecuencia
Ayamonte	46	26,6%
Huelva	41	23,7%
Isla Cristina	36	20,8%
Lepe	15	8,7%
Cartaya	15	8,7%
Almonte	10	5,8%
Moguer	5	2,9%
Punta Umbría	4	2,3%
Bollullos Par del Condado	1	0,6%
Aljaraque	0	0%

Nota. Fuente: elaboración propia

Figura 1

Mapa de signos de PL institucional en la provincia onubense



Nota. Fuente: elaboración propia

Las instituciones que emiten signos multilingües son muy variadas, no solo los ayuntamientos utilizan lenguas extranjeras para comunicarse con los transeúntes. En la Tabla 3 se observan los emisores más productivos. Podemos destacar que la Mancomunidad de Islantilla, compuesta por los ayuntamientos de Lepe e Isla Cristina, emiten más signos en Islantilla de forma conjunta que en sus respectivos municipios de forma individual. Destaca también el Ayuntamiento de Almonte por haber traducido al inglés la mayoría de las señales viales de dirección dentro de la localidad, caso singular en la provincia. En cuanto a la rotulación de los puertos náuticos, en Ayamonte es el Puerto de Ayamonte el que emite estos rótulos, mientras que en los puertos de El Terrón, El Rompido, Punta Umbría, Isla Cristina e Isla del Moral el emisor es la Junta de Andalucía.

La mayoría de los signos escritos en lenguas extranjeras en los municipios estudiados se destinan a turistas (véase la Figura 2). Estos signos, independientemente de la función lingüística que cumplen, señalizan monumentos y lugares de interés, indican direcciones hacia estos puntos de interés, expresan mensajes de bienvenida o deseos de que los turistas vuelvan pronto, informan sobre parques naturales o presentan el estado de las playas y sus normas de acceso. Algunos, como estos últimos mencionados, no solo se dirigen a turistas, sino también a la población local, y por ello son signos que presentan una traducción replicada o, en mayor medida, sin traducción completa, fragmentaria o complementaria, con más información en español que en la lengua extranjera. Otros se dirigen

exclusivamente a la población local y constituyen, sobre todo, rótulos, pancartas y lonas emitidas por centros educativos públicos y concertados anunciando programas formativos bilingües en inglés o programas de intercambio Erasmus+. En los puertos náuticos encontramos una serie de signos que se dirigen a un tipo de destinatario particular, el patrón de embarcación. Los propietarios de las embarcaciones atracadas no son únicamente de nacionalidad española, sino que muchos son extranjeros que, ya sea por el precio del amarre, su localización geográfica o porque realmente veranean en estos puertos, mantienen sus embarcaciones en las localidades onubenses. Este tipo de ciudadanos extranjeros no son residentes permanentes y por tanto no son habitantes locales. Sin embargo, tampoco podemos considerarlos turistas, porque su estada en Huelva es regular y, en muchos casos, también tienen propiedades inmobiliarias. Incluso siendo residentes temporales, muchos pueden no comprender el español. Tanto a las instituciones públicas como al tejido económico local les interesa favorecer la permanencia de estos residentes extranjeros de temporada, puesto que suponen un alto porcentaje de ganancias tanto para los gestores de los puertos, como para inmobiliarias, servicios de restauración y comercios de la zona. Este interés empuja al uso del inglés como lengua internacional en el paisaje lingüístico para facilitar la comunicación con esta población y fomentar que sigan veraneando en estas localidades. Por este motivo, los hemos agrupado como un tipo particular de destinatario. El último lugar lo ocupan los inmigrantes, a quienes las instituciones onubenses apenas dedican seis signos.

Tabla 3

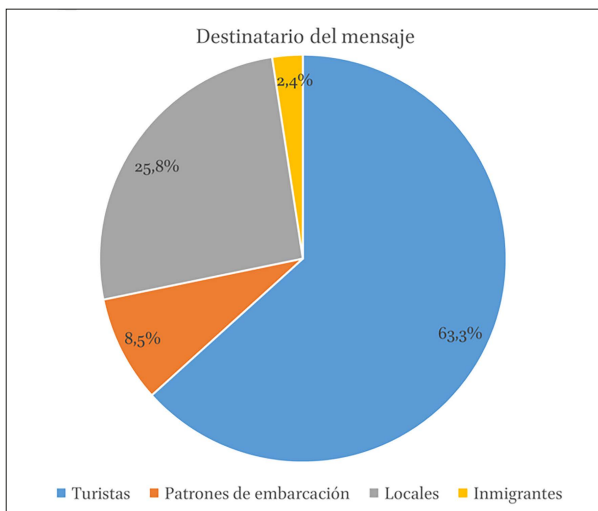
Emisores registrados con mayor producción de signos

Emisor	N.º de signos	Frecuencia
Junta de Andalucía	34	18,2%
Ayuntamiento de Huelva	24	12,8%
Ayuntamiento de Ayamonte	23	12,3%
Diputación Provincial de Huelva	23	12,3%
Mancomunidad Lepe - Isla Antilla	15	8,0%
Ayuntamiento de Isla Cristina	12	6,4%
Ayuntamiento de Almonte	9	4,8%
Puerto de Ayamonte	6	3,2%

Nota. Fuente: elaboración propia

Figura 2

Destinatarios de los signos de PL institucional



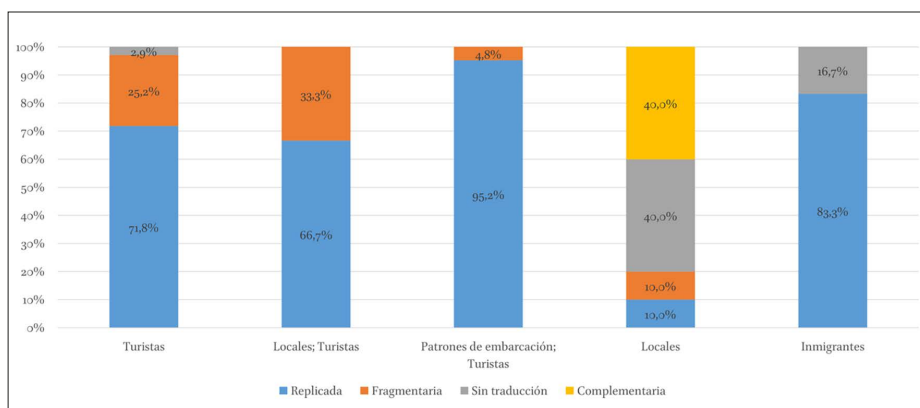
Nota. Fuente: elaboración propia

Los signos dirigidos a turistas y a la población local muestran preponderancia de la traducción replicada (véase la Figura 3). Entre aquellos cuya traducción es fragmentaria encontramos algunas señales viales de dirección, algunos rótulos y expositores con información turística de monumentos y expositores a pie de playa que describen la zona costera y solo presentan traducida la información correspondiente al estado del oleaje y a la lectura de banderas. Muy pocos de estos signos presentan más información en la lengua extranjera que en español, como son los mensajes de bienvenida a la localidad. Apenas tres signos de los dirigidos a turistas no presentan traducción y son mensajes proyectados en pantallas en la oficina de turismo de Islantilla. En los mensajes dirigidos a los patrones de embarcación, los signos con traducción replicada presentan una frecuencia todavía mayor, pues solo un signo presenta traducción fragmentaria, el mapa del puerto de Isla del Moral. Entre los mensajes dirigidos a la población local, las proporciones se invierten. La mayoría de los signos o bien no presentan traducción o bien utilizan traducción complementaria. Estos signos son los emitidos por centros educativos, en los que se utiliza la lengua como marca de estatus o de prestigio. El único signo dirigido a la población local que presenta traducción fragmentaria es un rótulo de proyecto de reforma del Puerto de Ayamonte financiado con fondos europeos en el que solo se usa el inglés para marcar la procedencia de los fondos. Entre los seis signos dirigidos a la población inmigrada, uno de ellos no se traduce al español: un expositor emitido por el Ayuntamiento de Lepe señalando el punto de recogida de basura en un asentamiento chabolista escrito en francés, árabe, búlgaro y rumano. Los otros cinco sí se traducen: un signo emitido por la Oficina de

Extranjería traduce el signo completo del español al árabe, al rumano y al inglés; los cuatro emitidos por la Agencia de Cooperación y Desarrollo con el Norte de África y por la asociación Inserta Andalucía los traducen solo al árabe.

Figura 3

Correlación entre destinatarios y tipos de traducción de los signos presentes en el PL Institucional



Nota. Fuente: elaboración propia

Si analizamos qué población es interpelada en cada localidad, los resultados llaman la atención (véase la Figura 4). Los municipios de Almonte y Bollullos Par del Condado, así como las localidades de Cartaya y Costa Esuri solo tienen PL institucional dirigido exclusivamente a turistas. En las localidades con puerto (Punta Umbría, El Rompido, El Terrón, Isla del Moral, Isla Cristina y Ayamonte) se interpela a turistas y a patrones de embarcación, mientras que las localidades de playa (Punta Umbría, Nuevo Portil, Isla Canela, La Antilla, Punta del Moral) cuentan con un amplio porcentaje de signos dirigidos tanto a turistas como a locales, entre los cuales hemos mencionado ya los expositores a pie de playa. La excepción a esta distribución es Islantilla, que es la única localidad costera que cuenta con oficina de turismo y en la que se interpela, sobre todo, al turista extranjero. En Ayamonte encontramos un monumento cuyos destinatarios son, como luego veremos, los habitantes de Ayamonte. En Huelva, como ya habíamos mencionado, los signos dirigidos a la población local son los exhibidos en los centros educativos. Las únicas poblaciones en las que se interpela a inmigrantes son Huelva y Lepe.

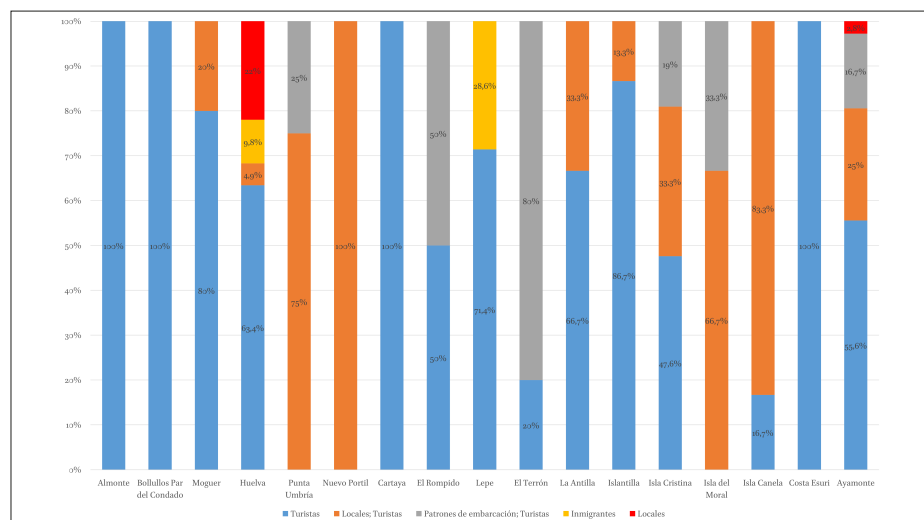
La lengua más utilizada por las administraciones y centros públicos es el inglés. Comprobamos la magnitud de su uso en la siguiente gráfica mosaico de la Figura 5: el espacio del inglés es enorme en comparación con el del italiano, el búlgaro, el rumano y el neerlandés. La segunda lengua más utilizada es el portugués, la cual tiene especial incidencia en Ayamonte (46,4% de las veces que se utiliza la lengua portuguesa)

y en el municipio de Isla Cristina incluyendo Islantilla (25% de las veces que se utiliza la lengua portuguesa). En este sentido, el PL onubense responde a los esfuerzos de fomento del turismo de frontera, pues los dos municipios más cercanos a Portugal incluyen la lengua portuguesa en sus rótulos y expositores, a diferencia de lo que ocurría en Castro Marim y Vila Real de Santo António (Pons Rodríguez, 2014). Las lenguas más utilizadas en tercer lugar son el alemán y el francés, también empleadas en los signos dirigidos a turistas. De entre las lenguas menos usadas sobresale el árabe, a pesar de que solo se recurra a ella en los signos dirigidos a inmigrantes. Destacan por su ausencia las lenguas cooficiales españolas. Quizás sea debido a la presuposición generalizada de que los hablantes de estas lenguas sí comprenden la lengua española y, por tanto, pueden leer los signos institucionales escritos en español.

La mayoría de los signos se presentan en expositores y rótulos (véase la Figura 6). Estos formatos son los más resistentes a la erosión, por lo que son los más adecuados para aquellos mensajes que deben perdurar, como las placas de monumentos, los expositores a pie de playa o los tótems en espacios naturales. Otra gran parte de los signos son señales viales, indicadores que guían a los turistas hacia donde se encuentran los puntos de interés y los monumentos. En mucha menor medida, encontramos notas, mensajes escritos en folios y pegados a una superficie de cristal, como los horarios de las oficinas de turismo; escritura directa en superficie, como un monumento con signos cincelados en la placa de piedra; pantallas, todas ellas en la oficina de turismo de Islantilla; y pósteres, especialmente los que se encuentran pegados al escarapate de las oficinas de turismo de Bollullos Par del Condado y de Ayamonte.

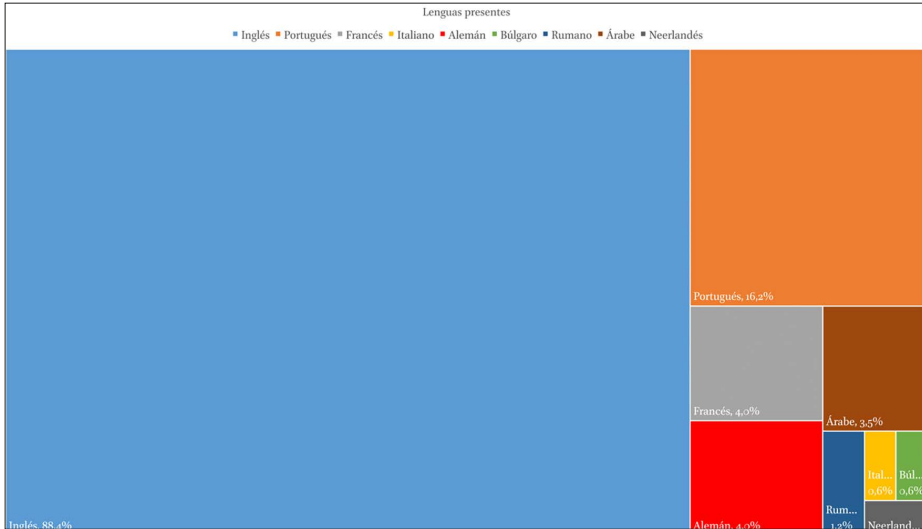
Figura 4

Correlación entre la localidad y el destinatario de los signos presentes en el PL Institucional



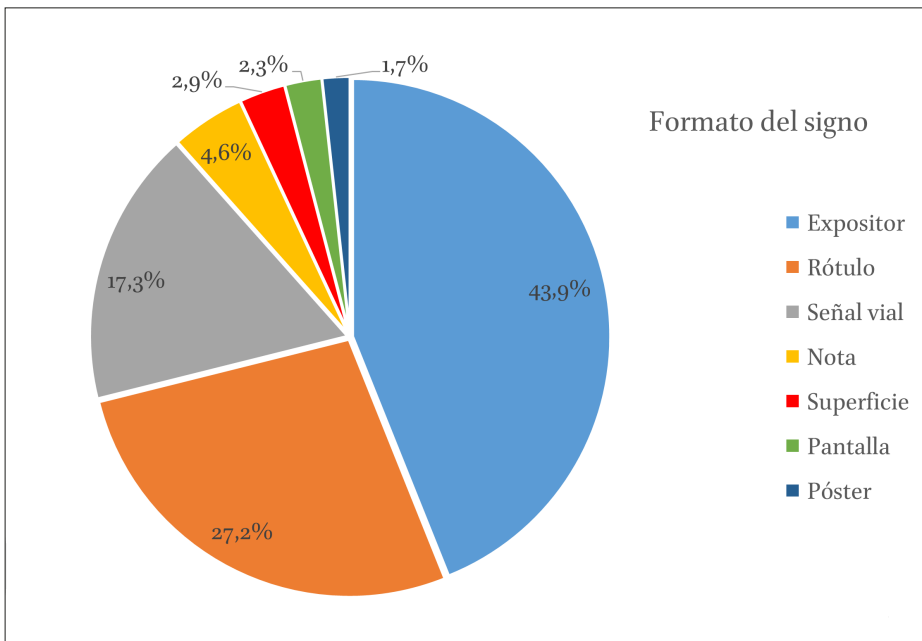
Nota. Fuente: elaboración propia

Figura 5
Lenguas presentes en el PL Institucional



Nota. Fuente: elaboración propia

Figura 6
Formato de los signos presentes en el PL Institucional



Nota. Fuente: elaboración propia

La mayoría de estos signos (véase la Figura 8) presentan textos expositivos, cuya función pragmática es informar hechos. Entre estos, encontramos multitud de tipos de signos: las señales viales que indican cómo llegar a monumentos, rótulos en monumentos que resumen su creación y su historia, mapas, las lonas expuestas en centros educativos, horarios de las oficinas de turismo o los rótulos de la asociación CODENAF, por dar algunos ejemplos. Otra parte considerable de los signos contienen textos emotivos que cumplen una función expresiva. Este tipo de textos es mayor de lo esperado, pues generalmente las instituciones públicas no tienen como finalidad comunicativa transmitir sentimientos a sus interlocutores. Entre los signos más arquetípicos que se circunscriben a esta categoría están los mensajes de bienvenida a la localidad y los de despedida en los que se desea el retorno del visitante. Sin embargo, cada vez son más los rótulos en monumentos o sitios de interés que introducen un texto expresivo en el que se apela a los sentimientos de disfrute, bienestar o diversión producidos por el ocio turístico, en lugar de incorporar datos de interés histórico y cultural. En estos signos, la afirmación de Calvi (2018: 17) «si bien se mira, en ningún caso la función del PL es puramente informativa» se cumple a la perfección, pues signos que esperaríamos que fueran justamente puramente informativos cambian su construcción discursiva para ser, a una vez, emotivos y persuasivos. Este cambio en la retórica de los textos turísticos puede explicarse por la facilidad con la que los visitantes pueden encontrar en segundos la información sobre un monumento a través de su teléfono móvil. De esta manera, las instituciones ahora entienden que para captar la atención del viajero y conseguir que este realice gasto en establecimientos comerciales es necesario transmitir un nuevo tipo de mensaje con el que se invite al disfrute del lugar. La Figura 7 es un ejemplo de esta tipología textual, un rótulo de la Diputación de Huelva dispuesto en un edificio junto al Puerto Deportivo de Isla Cristina, en español y traducción replicada al inglés y acompañado de un código QR en el que se accede a una página web con información sobre las actividades de ocio que se pueden realizar en Isla Cristina:

Náutica (arte de la navegación). Aburrirse en Isla Cristina debería estar prohibido. Mil y una posibilidades ofrece gracias a su entorno y a unas condiciones climatológicas que son la envidia de muchas playas. Solamente hay que sacudirse la pereza e ir hacia donde sople el viento.

La menor parte de los textos o bien son puramente instructivos o apelativos, o bien combinan este tipo de discurso con el informativo. Casi todos ellos son expositores a pie de playa con instrucciones para evitar el baño si ondea bandera roja, para prohibir la acampada y para prohibir la entrada de animales o de embarcaciones. Los únicos signos que se alejan de este tipo son los tres que componen un expositor triangular situado en Islantilla en los que se exponen instrucciones para tres juegos que se pueden realizar en esta playa a través de una aplicación para móviles.

Figura 7

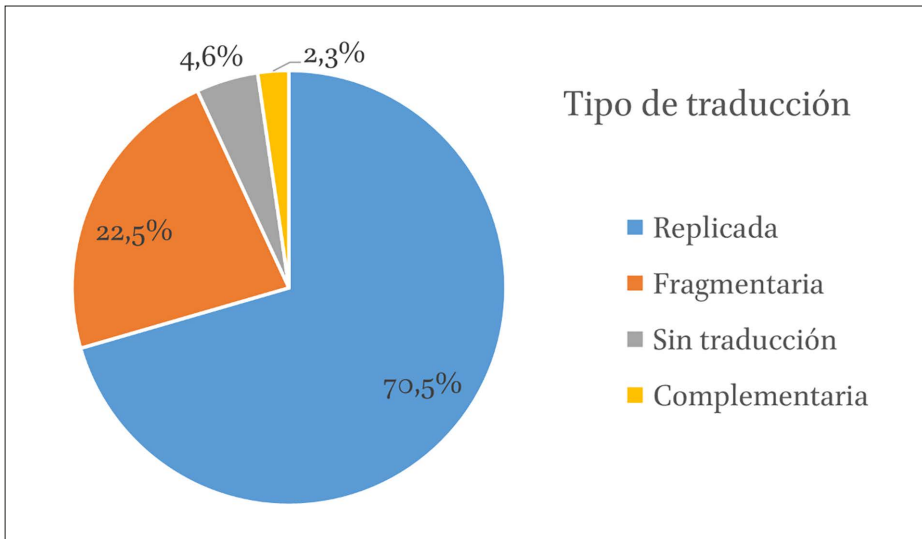
Placa turística, discurso expresivo. Isla Cristina



Nota. Fuente: PLNEO 21410-1476 (Pons Rodríguez, 2022)

Figura 8

Tipo de discursos de los signos presentes en el PL Institucional



Nota. Fuente: elaboración propia

5. DISCUSIÓN

Como ha quedado reflejado en el análisis de resultados, la mayoría de los signos producidos institucionalmente en el paisaje lingüístico onubense son rótulos y expositores destinados a transmitir información turística a visitantes. Muchos de estos signos contienen textos con información sobre el monumento o lugar de interés en el que se ubican: fecha de construcción, estilo de construcción, estructura del edificio, disposición de sus salas y plantas, uso que se le dio originalmente. En algún caso hemos documentado tótems que, posiblemente porque tengan ya cierto tiempo, están deteriorados por la erosión y el texto resulta ya ilegible (por ejemplo, el expositor frente al Convento de San Francisco en Moguer, PLANE0 21800-1719). La mayoría de ellos están emitidos por la Diputación Provincial de Huelva o los ayuntamientos municipales. La Junta de Andalucía solo emite aquellos expositores situados en rutas verdes como las de Isla Cristina (PLANE0 21410-1526, 21410-1527, 21410-1528, 21410-1554) y dos expositores de El Rompido, uno con información sobre la Flecha del Río Piedras (PLANE0 21459-2153) y otro de la parroquia de la Virgen del Carmen (PLANE0 21459-2242). En el caso de la construcción inglesa del Muelle del Tinto (PLANE0 21001-3830), el expositor con el punto de interpretación lo emite el Puerto de Huelva, una institución independiente de su ayuntamiento.

De entre esta clase de signos, la inmensa mayoría utiliza como lengua extranjera el inglés de forma exclusiva. Las excepciones son los rótulos que, en su lugar, utilizan como primera lengua extranjera el portugués: los descriptores de la ruta de Al-Mutamid situados frente a la Casa Colón en Huelva emitidos por la Agencia de Cooperación Transfronteriza España-Portugal (PLANE0 21003-2756 y 21003-2761), los rótulos emitidos por la Agencia Interreg europea del Castillo de Moguer (PLANE0 21800-1716, véase la Figura 9), del Castillo de Cartaya (PLANE0 21450-1405) y el expositor de las salinas de Isla Cristina (PLANE0 21410-1552), cuyo texto se traduce al portugués y al inglés.

Proliferan los signos enfocados al llamado *turismo inteligente*, en los que se asume que los visitantes disponen de teléfonos móviles inteligentes con acceso a internet y pueden acceder a un texto completo a través del código QR incorporado en el rótulo. Ejemplos de ello son los rótulos de Interreg y la serie de rótulos en monumentos del Ayuntamiento de Huelva (Palacio Mora Claros PLANE0 21001-763, Convento de Santa María de Gracia PLANE0 21001-869, Ermita de la Soledad PLANE0 21004-5515, Iglesia de San Pedro PLANE0 21004-5516 y Casa Colón PLANE0 21003-2760), los cuales ni siquiera aportan un texto, solo el nombre del monumento en español y en inglés y el código QR en el centro del rótulo.

En el municipio de Ayamonte destacamos el Monumento a la Música, un monumento en el que encontramos cuatro textos cincelados en planchas de piedra referidos al hermanamiento de bandas musicales españolas y portuguesas (PLANE0 21400-5588, 21400-5589, 21400-5590 y 21400-5591). Como símbolo también de esta unión, estos cuatro signos presentan el mismo texto en español y en portugués, un signo en cada lado de la peana del monumento. En la Figura 10 apreciamos una de

estas caras, la que debería leerse primero porque es el texto prologal que explica el momento histórico de creación del monumento y que contiene la data y los sellos de ambos países. Este monumento es único en la provincia, y es, junto con los rótulos de los castillos y los expositores de la ruta de Al-Mutamid, los únicos que no utilizan el inglés como lengua extranjera. El mensaje se dirige a los habitantes de Ayamonte.

Figura 9

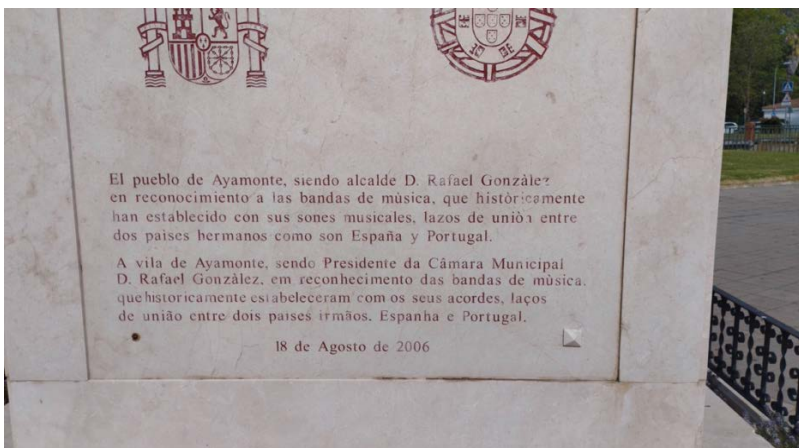
Placa turística del Castillo de Moguer



Nota. Fuente: PLANEO 21800-1716 (Pons Rodríguez, 2022)

Figura 10

Monumento a la Música. Ayamonte



Nota. Fuente: PLANEO 21400-5589 (Pons Rodríguez, 2022)

En torno a las oficinas de turismo de estos municipios se agrupan distintos tipos de signos: rótulos identificativos, placas distintivas con sellos de calidad turística (en Lepe PLANE0 21440-284 y Ayamonte PLANE0 21400-5596) o de turismo accesible (en Ayamonte PLANE0 21400-5595 y 21400-5616), horarios de apertura en notas pegadas en el cristal junto a la entrada (PLANE0 21001-390, 21459-2158, 21430-978 y 21400-5594) o signos dispuestos en pósteres o en pantallas, como los de la oficina de turismo de Islantilla, con información de actividades turísticas que se pueden realizar por la zona. Entre ellos, resulta llamativo el escaparate de la oficina de turismo de Bollullos Par del Condado. En esta exhiben un único signo en lengua extranjera, un póster desplegable de gran tamaño con información cultural de la zona del Condado de Huelva, pero también del resto de la provincia: playas, zona minera y sierra. Este es el único signo hallado en este municipio, lo cual refleja que desde la propia oficina asumen que los visitantes serán en mayor medida nacionales e interesados en el turismo rural y enológico, por lo que encaminan a los turistas extranjeros a visitar otros puntos de la provincia.

Otro tipo de signo habitual en estas localidades son los mensajes de bienvenida. En su mayoría son expositores, tipo tótem como los de Huelva, La Antilla (21449-693), Islantilla (PLANE0 21430-1495) y Costa Esuri (PLANE0 21400-4700) o tipo valla como el de Isla Canela o el de Isla Cristina (PLANE0 21410-1589). En Huelva encontramos dos signos en un tótem en la salida hacia Aljaraque y Punta Umbría con dos mensajes, uno de bienvenida (PLANE0 21002-881) y otro de despedida (PLANE0 21002-880). En los últimos meses se han instalado otros dos tótems nuevos, uno en la salida hacia Gibraleón (PLANE0 21005-5004) y otro en la salida hacia San Juan del Puerto (PLANE0 21007-4922). Estos dos incorporan un nuevo lema creado para la marca Huelva: «La ciudad donde todo comienza». El expositor de Isla Canela (PLANE0 21409-5565) presenta otra particularidad: es el único signo cuyo emisor es a la vez una institución pública, el Ayuntamiento de Ayamonte, y una privada, Pryconsa, una empresa constructora que se ha ocupado de la edificación de la mayoría del territorio de Isla Canela e Isla del Moral. El mensaje de bienvenida de Almonte (PLANE0 21730-4855) ubicado en la entrada principal (noroeste) y también traducido al inglés, utiliza un soporte distinto al resto y muy icónico de la provincia onubense, un azulejo pintado e instalado en una construcción de ladrillo. El mensaje «Bienvenido a Almonte» se rodea de pinturas ilustrativas del municipio: el contorno del término municipal de Almonte, la Virgen del Rocío, dos flamencos en el Parque Nacional de Doñana, la playa de Matalascañas con su roca gigante y la fachada de un edificio emblemático del pueblo. Isla Cristina, además del expositor en forma de valla ya mencionado, presenta en otra entrada un mensaje de bienvenida expuesto con estandartes metálicos en forma de bandera, cinco en total, uno para cada lengua: portugués, francés, alemán, inglés y español, en ese orden (PLANE0 21410-1451).

Algunos municipios de la provincia han comenzado a incorporar alrededor de sus cascos históricos señales viales con indicaciones para llegar a monumentos,

sitios turísticos y puntos de interés. Hemos encontrado señalización de este tipo en tres localidades: Huelva, Almonte y Ayamonte. En Huelva encontramos dos tipos de señales viales. Unas se sitúan junto a las calles en las que circulan vehículos y siguen el formato de las indicaciones de tráfico, con carteles rectangulares acompañados de una flecha. Los tres signos hallados en Huelva utilizan la combinación de colores de su bandera, blanco y celeste, traducen todas las indicaciones al inglés y presentan flechas a la derecha del texto (PLANE0 21001-3829, 21003-3843 y 21004-4756). Otras, como la que vemos en la Figura 11, se sitúan en las calles peatonales del centro histórico o en las inmediaciones y se dirigen a viandantes (PLANE0 21001-393, 21001-758, 21001-867, 21002-0320, 21002-766, 21001-3828, 21001-3845, 21001-5455 y 21004-4761). Estas se instalan sobre postes y son rectángulos con punta de flecha, cada uno señalando por su situación a una dirección distinta. Los nombres de los lugares también se traducen completamente al inglés y se acompañan de un icono indicativo del tipo de lugar (iglesia, coliseo, edificio, palacio, monumento) y de una indicación temporal de la distancia a la que se encuentra el lugar señalado. Además, cada letrero utiliza un color en función del tipo de emplazamiento: malva para edificios históricos, verde para monumentos, azul para la oficina de turismo, rojo para construcciones inglesas del siglo XIX. Las señales viales de Almonte (PLANE0 21730-4856, 21730-4857, 21730-4859, 21730-4875, 21730-4882, 21730-4889, 21730-4899, 21730-4900) siguen el estándar de las señales de dirección de la Dirección General de Tráfico y no están todos los lugares replicados. Por ejemplo, en la señal vial que apreciamos en la Figura 12 se traducen las indicaciones hacia el centro de salud, la comisaría de policía y el centro de la ciudad, pero no las de Doñana, El Rocío y Matalascañas. Por otro lado, las señales viales de Ayamonte (PLANE0 21400-5580, 21400-5581, 21400-5582, 21400-5584, 21400-5585, 21400-5586, 21400-5587, 21400-5603 y 21400-5605) siguen el formato de las ciudades turísticas, como el hallado en Huelva, dirigidas a viandantes. En este caso, no hay códigos para distinguir el tipo de enclave, esta información se obtiene solo por el nombre del lugar señalado.

A las entradas de las playas los ayuntamientos suelen instalar expositores con información para bañistas. Esta puede ser bastante variada, en algunos casos se describe el litoral costero, el tipo de playa, su fauna y su flora o las actividades acuáticas que se organizan en las inmediaciones. Estos expositores indican información respecto al estado del mar, normas de comportamiento en la playa, restricciones municipales y teléfonos de emergencia, algunos incorporan un mapa de la zona que oriente al visitante. Algunos de estos expositores muestran una traducción completa del signo replicada al inglés, como los de Islantilla (PLANE0 21430-710 y 21430-712), La Antilla (PLANE0 21449-774) y Punta Umbria (PLANE0 21100-4921 y 21100-4921), mientras que otros, concretamente los de Isla Canela e Isla del Moral (como el que se ve en la Figura 13), solo traducen al inglés una parte del signo, la relativa a la lectura de banderas del estado de la mar y la relativa a la bandera azul otorgada a estas playas (PLANE0 21409-5566, 21409-5570, 21409-5571, 21409-5572, 21409-5573, 21409-5574,

21409-5575 y 21409-5576). Los signos de Punta Umbría se distinguen de los demás por su carácter normativo. Además de indicar las prohibiciones habituales a través de ilustraciones prototípicas, se explica mediante un listado de instrucciones las restricciones que deben guardar los visitantes de la playa. En la Figura 14 del signo respecto a las normas para mantener la sostenibilidad de la playa (PLANE0 21100-4921) se aprecia que la traducción al inglés es replicada completamente.

Figura 11

Señales de dirección de enclaves turísticos. Huelva



Nota. Fuente: PLANE0 21004-4761 (Pons Rodríguez, 2022)

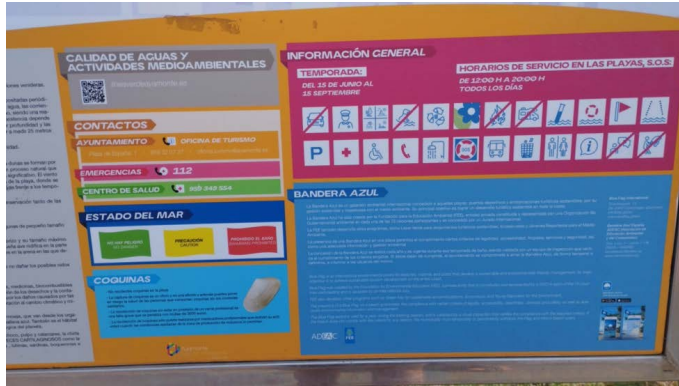
Figura 12

Señales viales de direcciones. Almonte



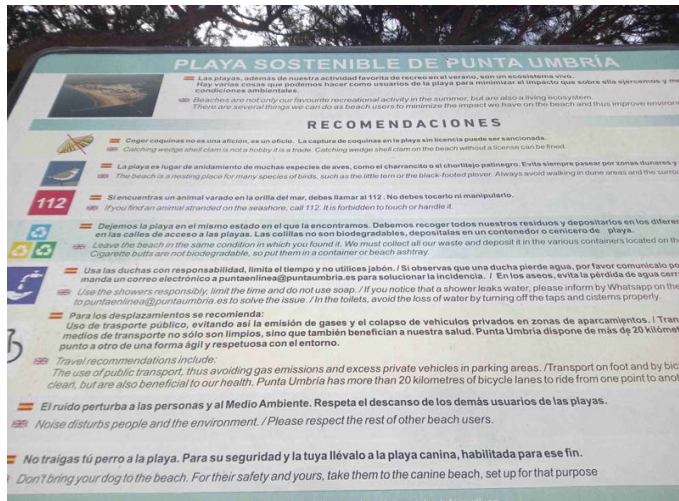
Nota. Fuente: PLANE0 21730-4882 (Pons Rodríguez, 2022)

Figura 13
Expositor de entrada a la playa de Isla Canela



Nota. Fuente: PLANEO 21409-5572 (Pons Rodríguez, 2022)

Figura 14
Recomendaciones y normas de acceso a la playa. Punta Umbría



Nota. Fuente: PLANEO 21100-4921 (Pons Rodríguez, 2022)

En las localidades con un puerto náutico, deportivo o recreativo, las instituciones, en concreto la Junta de Andalucía, señalizan toda la instalación con letreros de direcciones (PLANEO 21440-898, 21410-1475, 21410-1478, 21459-2125, 21459-3864, 21400-5577, 21400-5598 y 21400-5623), rótulos (PLANEO 21400-5601) o tótems indicativos de los sitios de interés dentro del puerto (PLANEO 21440-899, 21410-1488, 21459-3868 y 21400-5622), planos, como el de la Figura 15 (PLANEO 21459-2126,

21459-3863 y 21409-5571) y expositores con información respecto a la zona en la que se ubica el puerto, en español en un lado y en inglés en otro (PLANEO 21100-4929, 21440-900, 21410-1477 y 21400-5602). Todos estos signos están pensados para los usuarios de estos puertos deportivos y, como ya hemos señalado, se traducen al inglés. Este tipo de comunicación institucional parece dar buenos resultados, pues los puertos recreativos en los que se han documentado estos signos tienen prácticamente todos los amarres ocupados.

Figura 15

Mapa del puerto náutico de El Rompido. Cartaya



Nota. Fuente: PLANEO 21459-2126 (Pons Rodríguez, 2022)

Entre los signos cuyos destinatarios pensados son, únicamente, la población local, encontramos un rótulo de obras de reforma financiadas por fondos europeos en el puerto pesquero de Ayamonte y, sobre todo, signos producidos por centros educativos de Huelva capital exhibidos en sus fachadas. Estos signos, de entre los cuales dos fueron objeto de análisis pragmático en un trabajo anterior (Heredia Mantis 2023a: 219-220), son lonas, pancartas, placas y rótulos en formato rígido indicativo de varios programas educativos: del programa BEDA (Bilingual English Development & Assessment, Cambridge Assessment) seguido por las Escuelas Católicas de Andalucía instaladas en los colegios Santo Ángel (PLANEO 21001-402) y Cardenal Spínola (PLANEO 21001-866), de centro examinador Óxford en los mismos colegios (PLANEO 21001-403 y 21001-865 respectivamente), de centro con programa de intercambio Erasmus+ KA229 en el I.E.S. San Sebastián (PLANEO 21001-534, véase la Figura 16)

y en el I.E.S. La Marisma (PLANEO 21001-4845), del programa de intercambio Erasmus+ K101 en el I.E.S. Estuaria (PLANEO 21001-586), del programa Erasmus+ para Formación Profesional KA102 en el I.E.S. Fuentepiña (PLANEO 21001-5554) y de otro tipo de programa Erasmus+ en el C.E.P. Reyes Católicos (PLANEO 21001-1008). La mitad de estos signos presentan únicamente el texto en inglés, mientras que la otra mitad muestra una parte del signo en inglés y otra en español de forma complementaria, sin traducción exacta entre estas partes. Como hemos expuesto previamente, el mensaje de estos signos no necesita traducción porque es más importante la imagen de estatus proyectada por aquellos centros en los que se habla, se domina y se enseña la lengua extranjera de prestigio. Aunque muchos de los destinatarios de estos signos no conozcan la lengua inglesa, como aquellos padres y madres del alumnado que nunca hayan estudiado inglés en sus etapas de formación académica, es más importante la imagen de prestigio que proyecta hacia el potencial alumnado la existencia de estos programas educativos que les permiten aprender más y mejor la lengua inglesa. En la capital onubense, la mayoría de los centros participa en ambos tipos de programa, de educación bilingüe y de intercambio europeo Erasmus+, pero no todos lo exhiben en el paisaje lingüístico. En otros municipios onubenses no se emiten este tipo de signos porque, probablemente, los centros educativos de fuera de la capital no participen en este tipo de programas subvencionados. En el caso de los C.E.I.P. Virgen del Carmen de Isla del Moral y C.E.I.P. Galdames de Ayamonte tampoco testimoniamos signos que muestren la pertenencia de estos centros al mencionado proyecto Escuelas Bilingües e Interculturales de Fronteras.

Figura 16

Lona indicativa de la inscripción del centro educativo I.E.S. San Sebastián en el programa Erasmus+ KA229



Nota. Fuente: PLANEO 21006-534 (Pons Rodríguez, 2022)

Finalmente, hemos hallado tan solo seis signos cuyos destinatarios son la población inmigrada que reside de forma más o menos permanente en la provincia de Huelva. Cuatro de estos signos se emplazan en Huelva capital. Tres de ellos son rótulos indicativos de la sede de la agencia CODENAF (Cooperación y Desarrollo con el Norte de África): dos rótulos, uno situado en su sede del centro en la calle San José (PLANE0 21002-672), otro en su sede más amplia en el barrio de Las Colonias (PLANE0 21002-987) y el tercero una nota exhibida en el escaparate de una frutería del barrio de Las Colonias (PLANE0 21002-985). Los rótulos son muy similares, presentan el logo de la agencia y el nombre de esta, también traducido al árabe. La nota es un cartel informativo de la sección Empodera-joven, que difunde los programas de ayuda para la inserción laboral y la inclusión de los más jóvenes. El único signo completamente oficial de la capital es una nota instructiva colocada en la puerta de la Oficina de Extranjería alertando de la necesidad de solicitar y presentar resguardo de cita previa (PLANE0 21003-5625). Se ha de destacar que el rótulo identificativo de la Oficina de Extranjería solo está en español, en alfabeto latino y braille. Los otros dos signos se sitúan en Lepe, uno de ellos en la zona céntrica, un cartel informativo de la asociación Inserta Andalucía anunciando servicios de búsqueda de empleo y formación para personas migradas (PLANE0 21440-679) y el otro, emitido por el Ayuntamiento de Lepe, en una zona periférica del municipio, junto a un asentamiento de migrantes, señalando el punto de recogida de basuras (PLANE0 21440-894, véase la Figura 17). Los signos emitidos por CODENAF e Inserta Andalucía, asociaciones revestidas de cierta oficialidad institucional, se enfocan a la ayuda para la inserción de la población migrada. Se dirigen solo a un sector de la población migrada, los arabófonos, y ofrecen ayuda administrativa y laboral. Su discurso es de tipo informativo y presentan traducción replicada del signo del español al árabe. En contraste, el signo del Ayuntamiento de Lepe que vemos en la Figura 17 no refleja ninguna voluntad de inclusión por parte de su emisor. Es un signo dirigido a todo tipo de migrantes, pues emplea tres lenguas de migración, el búlgaro, el rumano y el árabe, y una lengua extranjera generalizada en el norte y centro de África, el francés, entre los países que fueron colonias de Francia. Además, no se traduce al español, por lo que no se persigue que la persona migrada visualice la lengua vehicular en Andalucía ni pueda aprenderla a través de su experiencia cotidiana. El discurso utilizado es de tipo informativo, pero el acto de habla encubierto en este signo es directivo: 'es preceptivo llevar la basura al punto de colecta indicado por la flecha'. El signo se ubica en una carretera comarcal secundaria fuera del núcleo urbano, frente a un asentamiento chabolista.

El tipo de discurso y la ubicación del signo son representativas del tipo de comunicación que las instituciones onubenses mantienen con la población recibida de países extranjeros: poca e infructuosa. La única que sí pueda ser fructuosa es la que establece la Oficina de Extranjería, pero esta es de carácter instructivo y no aporta información realmente útil a esta población. Estos datos del paisaje

lingüístico onubense muestran la enorme disonancia entre la cantidad de población inmigrada que no conoce o apenas lo hace la lengua española y la atención prestada a esta población por parte de instituciones y administraciones públicas. Encontramos, pues, una gran carencia en el paisaje lingüístico institucional y en la comunicación desde las administraciones públicas que debería verse remediada en los próximos años, sobre todo si el objetivo deseado es la integración e inclusión de esta población en nuestra sociedad.

Figura 17

Expositor fijo a pie de calle escrito en francés, búlgaro, rumano y árabe que indica la dirección y localización de un punto de recogida de basuras en un asentamiento de población migrada en Lepe



Nota. Fuente: PLANE0 21440-894 (Pons Rodríguez, 2022)

6. CONCLUSIONES

El paisaje lingüístico multilingüe producido institucionalmente de la provincia de Huelva se destina, mayoritariamente, a los turistas nacionales y extranjeros que cada año visitan la provincia. Atendiendo a sus hábitos turísticos, los signos institucionales se concentran en las zonas de playa, localidades costeras y puertos náuticos. En ellos se aprecia, especialmente, el uso del inglés como lengua extranjera internacional de comunicación, entre las lenguas de turismo que se consideran asimismo prestigiosas como el francés o el alemán. El portugués, a pesar de que no presenta altos porcentajes de aparición, demuestra ser una lengua habitual en este tipo de paisaje lingüístico, especialmente en los municipios fronterizos. Entre los signos destinados a turistas encontramos diversos tipos: rótulos monumentales, información turística, información del estado de las playas, mapas de playas y de puertos náuticos, indicaciones para llegar a puntos de interés. Sin embargo, los signos destinados a la población inmigrante son muy escasos y son producidos por

instituciones no gubernamentales, de forma que no son puramente oficiales sino mixtos. Los signos puramente institucionales presentan características discursivas que muestran la denostación de la comunicación oficial con la población migrada. Asimismo, los signos multilingües destinados a los habitantes locales se concentran en centros educativos y su función es la de informar de la existencia de programas de educación bilingüe o de intercambios internacionales.

Podemos concluir que el paisaje lingüístico institucional multilingüe de la provincia onubense está pensado, ante todo, para los visitantes recibidos que se muestran en las cifras oficiales, de acuerdo con las preferencias detectadas en las encuestas a turistas. En este sentido, nuestro estudio muestra cifras y resultados concomitantes con los estudios realizados previamente en otras ciudades españolas y mundiales. Entre las posibles vías de investigación futuras, queda pendiente profundizar en el estudio del paisaje lingüístico multilingüe onubense de carácter social o privado para ofrecer índices de comparación con respecto a los parámetros presentados aquí para el PL institucional. Asimismo, el estudio contrastado con otras ciudades y provincias andaluzas, especialmente Almería por las similitudes demográficas con Huelva, permitirá ahondar en el comportamiento lingüístico de las instituciones andaluzas para con sus ciudadanos residentes, visitantes y migrados.

FINANCIACIÓN

Este trabajo se inscribe en el marco del proyecto de investigación «Paisaje lingüístico andaluz: planificación y observación cartográfica» PLANE0 (PY20-00640; Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación), dirigido por la Dra. Lola Pons Rodríguez.

REFERENCIAS

- Ariolfo, R. y Mariottini, L. (2022). El español en el paisaje lingüístico italiano. Contexto, metodología y análisis de datos. En M. De la Torre García y F. Molina Díaz (Eds.), *Paisaje lingüístico: Cambio, intercambio y métodos* (pp. 13-40). Peter Lang.
- Aznar Sánchez, J. Á., Belmonte Ureña, L. J. y Bonillo Muñoz, D. (Eds.). (2015). *Mercado de trabajo y población extranjera en Almería. El sector en la agricultura intensiva*. Universidad de Almería.
- Backhaus, P. (2006a). Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape. En D. Gorter (Ed.), *Linguistic Landscape: New approach to multilingualism* (pp. 52-66). Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/9781853599170-004>
- Backhaus, P. (2006b). *Signs of Multilingualism in Tokyo: A Linguistic Landscape Approach*. Multilingual Matters.
- Barni, M. y Extra, G. (Eds.). (2008). *Mapping Linguistic Diversity in Multicultural Contexts*. De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110207347>
- Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Amara, M. H. y Trumper-Hecht, N. (2006). Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel. En D. Gorter (Ed.), *Linguistic landscape: A New approach to multilingualism* (pp. 7-30). Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/9781853599170-002>

- Calvi, M. V. (2018). Paisajes lingüísticos hispánicos: Panorama de estudios y nuevas perspectivas. *LynX. Panorámica de Estudios Lingüísticos*, (17), 5-60.
- Castillo Lluich, M. y Sáez Rivera, D. M. (2011). Introducción al paisaje lingüístico de Madrid. *Lengua y Migración / Language and Migration*, 3(1), 73-88.
- Cenoz, J., y Gorter, D. (2009). Language Economy and Linguistic Landscape. En E. Shohamy y D. Gorter (Eds.), *Linguistic Landscape – Expanding the Scenery* (pp. 55-69). Routledge.
- Diputación Provincial de Huelva. (s. f.). *Detalles estadísticos de municipios*. <https://www.diphuelva.es/servicios/municipios/>
- Esteba Ramos, D. (2014). Aproximación al paisaje lingüístico de Málaga: Préstamos y reflejos de una realidad lingüística plural. *reCHERches*, (12), 165-187. <https://doi.org/10.4000/cher.7340>
- Esteba Ramos, D. (2018). Paisaje lingüístico turístico y residencial en el Mediterráneo español: Patrones y usos lingüísticos en Nerja. En E. Ortega Arjonilla (Ed.), *El paisaje: Percepciones interdisciplinarias desde las humanidades* (pp. 193-202). Editorial Comares.
- Fernández Juncal, M. del C. (2020a). El paisaje lingüístico de un área rural: Frontera, transición y contacto. *Bulletin of Hispanic Studies*, 97(4), 325-347. <https://doi.org/10.3828/bhs.2020.19>
- Fernández Juncal, M. del C. (2020b). El paisaje lingüístico de un área urbana de transición del español y el vasco: identidades y símbolos. *Bulletin Hispanique*, (122-1), 325-344. <https://doi.org/10.4000/bulletinhispanique.10906>
- Fernández Juncal, M. del C. (2020c). La estratificación social del paisaje lingüístico de Bilbao. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, (35), 117-142. <https://doi.org/10.31819/rili-2020-183509>
- Franco Rodríguez, J. M. (2009). Interpreting the Linguistic Traits of Linguistic Landscapes as Ethnolinguistic Vitality: Methodological Approach. *RAEL: revista electrónica de lingüística aplicada*, 8(1), 1-15.
- Galloso Camacho, M. V. (2022). Primeras observaciones sobre el paisaje lingüístico de Huelva capital. En L. Mariottini y M. Palmerini (Eds.), *Estudios de lingüística hispánica. Teorías, datos, contextos y aplicaciones: Una introducción crítica* (pp. 977-1004). Dykinson.
- Gorter, D. (Ed.). (2006). *Linguistic landscape: New approach to multilingualism*. Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/9781853599170>
- Heredia Mantis, M. (2023a). El Paisaje Lingüístico como situación comunicativa y sus aplicaciones didácticas. En M. V. Galloso Camacho, M. Cabello Pino y M. Heredia Mantis (Eds.), *Funciones y aplicación didáctica del Paisaje Lingüístico andaluz* (pp. 197-229). Iberoamericana Vervuert. <https://doi.org/10.31819/9783968693569-010>
- Heredia Mantis, M. (2023b). El Paisaje Lingüístico de Huelva: Un estudio de caso en los municipios costeros. *Verba*. Anexo 85: Andalucía en su paisaje lingüístico: lenguas, signos y hablantes, 119-146. <https://doi.org/10.15304/9788419679925>
- Hernández Ramírez, J. (2017). Turismo de base local y gobernanza en la frontera. Etnografía de dos villas del Bajo Guadiana. *Gazeta de Antropología*, 33(1). <https://doi.org/10.30827/Digibug.44465>
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. (s. f.). *Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía*. Junta de Andalucía. <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/turismo/index.htm>
- Instituto Nacional de Estadística. (s. f. a). *Flujo de inmigración procedente del extranjero por provincia, año y país de nacimiento*. https://ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177000&menu=resultados&cidp=1254735573002

- Instituto Nacional de Estadística. (s. f. b). *Estadística continua de la población, Resultados por provincias, Población residente por fecha, sexo, nacionalidad (agrupación de países) y lugar de nacimiento (agrupación de países)*. https://ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177095&menu=resultados&idp=1254735572981
- Instituto Nacional de Estadística. (s. f. c.). *Cifras oficiales de población de los municipios españoles en aplicación de la Ley de Bases del Régimen Local*. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2874>
- Instituto Nacional de la Seguridad Social. (s. f.). *Estadísticas de Afiliación*. <https://sede.seg-social.gob.es/wps/portal/sede/sede/Ciudadanos/Afiliacion+e+Inscripcion>
- Jurado Almonte, J. M. y Fernández Tristanchó, A. (Eds.). (2013). *Experiencias en turismo accesible en Andalucía y Portugal: Especial atención al ámbito Alentejo-Algarve-Provincia de Huelva*. Universidad de Huelva.
- Lado, B. (2011). Linguistic landscape as a reflection of the linguistic and ideological conflict in the Valencian Community. *International Journal of Multilingualism*, 8(2), 135-150. <https://doi.org/10.1080/14790718.2010.550296>
- Landry, R. y Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23-49. <https://doi.org/10.1177/0261927X970161002>
- Ma, Y. (2017). El paisaje lingüístico chino-español de la ciudad de Valencia: Una aproximación a su estudio. *Lengua y Migración / Language and Migration*, 9(1), 63-84.
- Ma, Y. (2019). *El paisaje lingüístico chino-español en la ciudad de Valencia y su aplicación a la enseñanza de ele a los sinohablantes*. Universitat de València.
- Mariottini, L. (2016). Network Society and Public Space. Latin American Migrants and the Linguistic Landscape of Rome. En R. Iannone, E. Ferreri, M. C. Marchetti, L. Mariottini y M. Cipri (Eds.), *Network Society. How relations rebuild Space(s)* (pp. 141-192). Vernon Press.
- Mariottini, L. (2018). Paisaje lingüístico y migración latinoamericana en Roma. *Anuario L/L. Estudios Lingüísticos*, (46), 219-247.
- Márquez Domínguez, J. A. y Jurado Almonte, J. M. (Eds.). (2005). *Factores espaciales, productivos y logísticos para un aeropuerto en la provincia de Huelva*. Universidad de Huelva.
- Plaza Mejía, M. Á., Porras Bueno, N., Riquel Ligeró, F. J. y Vargas Sánchez, A. (Eds.). (2008). *Turismo e industria vinícola: Perspectivas y propuestas para su desarrollo en la provincia de Huelva*. Universidad de Huelva.
- Pons Rodríguez, L. (2012). *El paisaje lingüístico de Sevilla: Lenguas y variedades en el escenario urbano hispalense*. Diputación de Sevilla.
- Pons Rodríguez, L. (2014). El paisaje lingüístico de la frontera luso-española: Multilingüismo e identidad. En E. Bravo García, E. J. Gallardo Saborido, I. Santos de la Rosa y A. Gutiérrez Rivero (Eds.), *Investigaciones sobre la enseñanza del español y su cultura en contextos de inmigración* (pp. 69-94). Universidad de Helsinki; Universidad de Sevilla. <https://core.ac.uk/download/pdf/51393208.pdf>
- Pons Rodríguez, L. (Dir.). (2022-presente). *Corpus Paisaje Lingüístico Andaluz (PLANE0)*. <https://paisajelinguistico.es/corpus.php>
- Robles Ávila, S. (2018). Lenguas extranjeras en el paisaje lingüístico de la Axarquía malagueña: El caso paradigmático de Alcaucín y La Viñuela. En E. Ortega Arjonilla (Ed.), *El paisaje: Percepciones interdisciplinares desde las humanidades* (pp. 181-192). Editorial Comares.

- Sáez Rivera, D. M. y Castillo Lluch, M. (2012). The Human and Linguistic Landscape of Madrid (Spain). En C. Hélot, M. Barni, R. Janssens y C. Bagna (Eds.), *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change: Diversité des approches* (pp. 309-328). Peter Lang.
- Shohamy, E. G., Ben-Rafael, E. y Barni, M. (Eds.). (2010). *Linguistic landscape in the city*. Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/9781847692993>
- Shohamy, E. G. y Gorter, D. (Eds.). (2009). *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203930960>
- Sistema de Análisis y Estadística de Turismo de Andalucía. (2021). *Balance del año turístico en Andalucía (BATA)*. Consejería de Turismo, Regeneración Justicia y Administración Local. https://www.juntadeandalucia.es/ctrjal/publicaciones/estadisticas/13200347_2021.pdf
- Sivianes Martín, R. (2023). La traducción del paisaje lingüístico como herramienta didáctica en la clase de E/LE: dónde y cómo encontrarla. En M. V. Galloso Camacho, M. Cabello Pino y M. Heredia Mantis (Eds.), *Funciones y aplicación didáctica del Paisaje Lingüístico andaluz* (pp. 117-140). Iberoamericana Vervuert. <https://doi.org/10.31819/9783968693569-007>
- Vargas Sánchez, A. (2014). Gestión turística: Una visión de la provincia de Huelva desde el plano académico. En A. J. Campesino Fernández y J. M. Jurado Almonte (Eds.), *Turismo de Frontera (III)* (pp. 221-240). Universidad de Huelva.



FACULTAD DE FILOLOGÍA
UNIVERSIDAD DE SEVILLA