

PAISAJE LINGÜÍSTICO URBANO Y RURAL EN LA ARGENTINA. POSTALES DE LA PAMPA BONAERENSE

Urban and Rural Linguistic Landscape in Argentina.

Postcards From Buenos Aires Pampas

Yolanda Hipperdinger* 

RESUMEN

El estudio de lo que hoy se conoce como *paisaje lingüístico* se ha centrado, desde los aportes que dieron origen a ese estudio a finales del siglo pasado, en la coexistencia interlingüe. En la evolución de las investigaciones sobre paisaje lingüístico, además, se aprecia una clara preferencia por las indagaciones referidas al espacio urbano. Este artículo mantiene el primer foco de interés y se ocupa también de un espacio urbano, pero procura contribuir al mismo tiempo a la ampliación de la investigación sistemática del paisaje lingüístico al espacio rural. Con ese propósito, y sobre la base de datos recolectados en la ciudad argentina de Bahía Blanca y su zona rural aledaña, el artículo inicia la investigación específica sobre el paisaje lingüístico rural en la Argentina y desarrolla una comparación, de escala regional, entre el paisaje lingüístico urbano y el rural.

Palabras clave: paisaje lingüístico, área urbana, área rural, Argentina.

ABSTRACT

The study of what is known today as *linguistic landscape* has focused, since the contributions that gave rise to that study at the end of the last century, on interlingual coexistence. In the evolution of research on linguistic landscape, there has been also a clear preference for investigations referring to urban space. This article maintains the first focus of interest and also deals with an urban space, but tries at the same time to contribute to the extension of systematic research of the linguistic landscape to rural space. With this purpose, and on the base of data collected in the Argentine city of Bahía Blanca and its surrounding rural area, this article opens up specific research on the rural linguistic landscape in Argentina and develops a comparison, in a regional scale, between the urban and rural linguistic landscape.

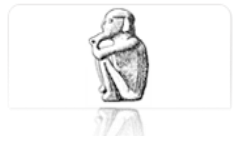
Keywords: linguistic landscape, urban area, rural area, Argentina.

1. Introducción

Desde el ya célebre trabajo de Rodrigue Landry y Richard Bourhis (1997), fundacional para el estudio de lo que corrientemente se denomina hoy *paisaje lingüístico*, la aproximación al uso del lenguaje en el espacio público que esa denominación supone no solamente ha ganado un lugar importante en el marco de los estudios sociales del lenguaje, sino que, paralelamente, no ha cesado de ampliar su perspectiva. Así, a partir de una atención restringida a los aspectos exclusivamente

* Universidad Nacional del Sur (UNS) y Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Bahía Blanca, Argentina. Licenciada y Doctora en Letras (orientación Lingüística). Correo electrónico: yhipperdinger@uns.edu.ar
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7985-3625>
DOI: <https://doi.org/10.15517/rk.v48i3.63149>

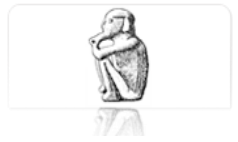
Recepción: 30/03/2024 Aceptación: 11/6/2024



lingüísticos de los mensajes exhibidos, fue operándose una apertura hacia la consideración del interjuego semiótico que llevó a atender también, por ejemplo, a los aspectos estéticos de la escritura y las imágenes concurrentes con ella (Shohamy y Gorter, [2009](#); Sutherland, [2015](#)); asimismo, desde una consideración exclusiva del paisaje callejero se pasó a atender igualmente al de espacios de acceso público arquitectónicamente interiores, como aeropuertos o instituciones escolares (Jaworski y Thurlow, [2013](#); Gorter y Cenoz, [2015](#)), y de una atención limitada a producciones con ubicación fija expresamente prevista y permanencia temporal se pasó a incluir también producciones móviles, como las portadas en transportes y vestimenta, y de condición precaria, como los anuncios manuscritos y los grafitis (Rodríguez Barcia y Ramallo, [2015](#); Monje, [2017](#)).

La enumeración de las diversas aperturas operadas podría extenderse, pero no es necesario a nuestros fines: lo que nos interesa señalar es que, con independencia de todas las diversificaciones que han tenido lugar, la atención de los estudiosos se mantuvo concentrada, de modo privilegiado, en la coexistencia interlingüe, por un lado, y en el espacio urbano, por otro, permanencias basadas en la omnipresencia del contacto lingüístico si se lo entiende en sentido amplio —*i.e.* sin limitación al contacto directo— y en el hecho de que es en las ciudades donde más acusadamente se multiplican los requerimientos y oportunidades que hacen florecer el paisaje lingüístico. Esto último es lo que nos interesa especialmente en este artículo: de modo concomitante a la preferencia por el estudio del paisaje lingüístico urbano, las pequeñas poblaciones no suelen ser objeto de investigaciones específicas, y menos aún lo son las zonas propiamente rurales que median entre los diferentes asentamientos poblacionales, aunque sus vías de circulación también son intervenidas para dar lugar a la comunicación diferida que en el paisaje lingüístico se implica. De hecho, ha sido reiteradamente señalada la notoria asimetría en el interés por el paisaje lingüístico urbano y por el que no lo es: son ejemplos la categórica afirmación de Zabrodskaja y Milani ([2014](#)) de que el estudio del paisaje rural es «extremely rare» (p. 1) y la observación de Ximei Jiang ([2022](#)) de que, en el marco de las pujantes indagaciones actualmente desarrolladas en China, «[t]he research objects of linguistic landscape are mostly in urban areas, while remote rural areas are neglected» (p. 132).

No obstante, el desinterés por el estudio del paisaje no urbano ha empezado a revisarse y, como lo afirma Carmen Fernández Juncal ([2019](#)) —destacada impulsora de la iniciativa en el ámbito



hispanohablante—, se han comenzado a investigar «los rasgos que definen el exiguo pero existente paisaje lingüístico rural» (p. 43). En ese nuevo curso de indagaciones se encuadran los resultados de las exploraciones comparativas que hemos llevado a cabo sobre el paisaje lingüístico de la ciudad de Bahía Blanca, ubicada en el sudoeste de la provincia argentina de Buenos Aires, y su área rural circundante.

En este artículo presentamos los principales resultados de esa investigación conjunta sobre los paisajes urbano y rural, manteniendo el especial interés que comentamos por los emergentes del contacto lingüístico —directo o indirecto— y atendiendo tanto a la señalética oficial como a la cartelería promocional, inscriptas respectivamente en las direcciones agenciales que Ben-Rafael et al. (2006) han denominado *top-down* y *bottom-up*¹. Procuramos, al hacerlo, contribuir al desarrollo de los estudios sobre paisaje lingüístico rural, que de este modo iniciamos en la Argentina, y en particular al de sus diferencias o coincidencias con el paisaje lingüístico urbano, para impulsar simultáneamente la comparación futura, a escala nacional e internacional, entre diferentes regiones en las que ambos paisajes hayan sido complementariamente estudiados.

2. Sobre la oposición rural-urbano

La distinción que venimos invocando entre lo rural y lo urbano, que es patente cuando se trata, por ejemplo, de caseríos campesinos aislados o de grandes capitales nacionales, no es siempre, sin embargo, tan patente. En especial, se discuten los criterios a sostener para la delimitación categorial en el caso de localidades de diferente envergadura: ¿a partir del cumplimiento de qué condiciones una localidad pasa a ser considerada una ciudad? Una muestra de lo difícil que es trazar la línea divisoria la ofrece la Ley 10806/1989 de la referida provincia argentina de Buenos Aires, que en su artículo 2 establece que un núcleo poblacional deberá, para ser declarado ciudad, tener más de 5000 habitantes, pero establece complementariamente, en los artículos 4 y 5, una serie de condiciones de infraestructura, administrativa y de servicios, exigibles para que una localidad de más de 5000

¹ Esta dicotomía ha sido objeto de diversos cuestionamientos —como puede verse ya en Kallen (2009, p. 273) y Lou (2012, p. 46) —, pero sigue siendo ampliamente sostenida en los estudios sobre paisaje lingüístico (v. e.g. Leimgruber, 2019; Rohmah y Wijayanti, 2023). Es pertinente y operativa en lo que atañe a este artículo, por lo que la mantenemos.



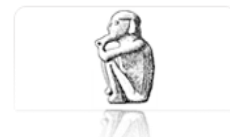
habitantes pueda ser considerada ciudad. Como se ve, los criterios implicados son irreductibles a una dimensión única.

Por su parte, en su trabajo sobre paisaje lingüístico rural, Fernández Juncal (2019) enumera —remitiendo a Segrelles Serrano (2011)— las siguientes características del espacio rural: «baja densidad de población [...], separación borrosa entre población activa e inactiva, niveles de renta inferiores a los de la población urbana y acceso algo más restringido a las infraestructuras y servicios» (p. 43); la misma autora, no obstante, señala el carácter intrínsecamente relativo de esas caracterizaciones (¿qué tan «inferiores» deben ser los ingresos o «baja» la densidad poblacional?), así como que no son necesariamente coincidentes². En la Argentina, esa falta de coincidencia se verifica efectivamente en las ciudades, en tanto en ellas suelen existir tanto barrios de sectores adinerados con baja densidad de población como populosos barrios desfavorecidos en los que los adultos mayores suelen mantenerse trabajando por necesidad económica, e igualmente se verifica en el espacio rural, en el que lujosas casas de campo de personas acaudaladas suelen tener acceso a los más diversos servicios. Un claro ejemplo de la misma falta de coincidencia se aprecia en el contemporáneo fenómeno global de la neorruralidad, que incluye a personas de sólidos ingresos que migran a zonas rurales para llevar una vida más tranquila y cercana a la naturaleza³, aunque mantengan pautas interactivas y hasta inserciones laborales —dadas las condiciones y posibilidades actuales del trabajo remoto— muy diferentes de las de la población tradicionalmente asentada en el campo.

La intrínseca dificultad aludida tiene consecuencias obvias en los diseños de investigación sobre paisaje lingüístico cuando se intenta no limitar el trabajo al típico espacio urbano que regularmente se privilegia. Lo evidencian las consideraciones expuestas en los acercamientos autoinscriptos en el estudio del paisaje lingüístico rural, como en el caso del de Banda y Jimaima sobre la señalización multimodal de protección ecológica en zonas rurales de Zambia (2015, p. 648) o el de Loth sobre la Sudáfrica rural *post-apartheid* (2016, pp. 8, 47). En diversos trabajos se incluye además la discusión de la relación de la ruralidad con el turismo, tanto por las huellas que este puede dejar en su visita a zonas rurales como por la eventual comoditización (Heller, 2003 *et alibi*) cultural

² Consideraciones compatibles con las comentadas, también en relación con el estudio del paisaje lingüístico rural, son presentadas por Mokwena (2017, p. 4).

³ En Trimano (2019) puede consultarse un estudio de caso sobre este tipo de neorruralidad en un valle serrano de la Argentina, así como interesantes reflexiones sobre el fenómeno.



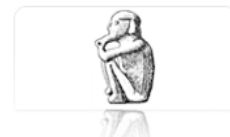
y lingüística que puede favorecer; así ocurre, por ejemplo, en el caso del estudio de Reershemius sobre pueblos rurales del noroeste de Alemania (2020) o el de Syrjälä sobre islas del archipiélago de Estocolmo (2022). De hecho, entre los estudios sobre entornos no urbanos se cuentan algunos desarrollados sobre pequeños poblados respecto de los cuales la categoría de paisaje turístico se implica centralmente, como lo muestran los estudios de Moriarty (2015), Mühlhäusler y Nash (2016) y Doering y Kishi (2022) sobre lugares de Irlanda, Australia (Norfolk Island) y Japón, respectivamente. Es evidente, sin embargo, que, aunque la caracterización del paisaje rural y la del paisaje turístico se funden en casos como estos, se trata de categorías diferentes, ya que también numerosos paisajes urbanos pueden describirse como turísticos y que el paisaje rural puede tanto ser turístico como no serlo. Es igualmente evidente que los pequeños poblados que suelen enfocarse en los estudios de paisaje lingüístico rural son «menos rurales» que las propiedades unifamiliares de un buen número de hectáreas, comunes en la pampa argentina.

En vista de lo expuesto y en consideración de la complejidad inherente a la distinción y la diversidad de las realidades factuales, para la investigación cuyos resultados componen este artículo decidimos seleccionar casos no controversiales: el paisaje urbano enfocado es el de una de las principales ciudades de la provincia de Buenos Aires —y la segunda costera de la Argentina— y el paisaje rural abordado solamente incluye una selección de las vías de circulación de su *hinterland* —rutas nacionales y provinciales, accesos y caminos vecinales—, excluyendo cualquier conjunto de edificaciones habitables. La exposición que sigue se refiere a los resultados generales obtenidos en el estudio comparativo de ambos paisajes y sirve como descripción de los que pueden considerarse polos de un *continuum*, entre los que se ubican en la región numerosos conglomerados poblacionales de distinto tipo⁴ sobre los cuales proyectamos continuar próximamente nuestras indagaciones.

3. El paisaje urbano: la ciudad de Bahía Blanca

Bahía Blanca se ubica a unos 700 kilómetros de la capital argentina, en la región denominada sudoeste bonaerense. Esta región, parte de la llanura pampeana que es atravesada por el cordón

⁴ Además de la gradación correspondiente a la densidad demográfica relativa, pueden distinguirse entre ellos, por ejemplo, los que se han constituido (o no) a partir de población inmigratoria de un mismo origen, los que se han especializado (o no) en un tipo particular de producción y los que se consideran turísticos (o no).

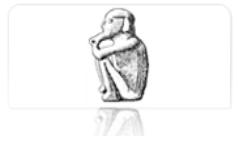


orográfico de Ventania, abarca el cuadrante sudoccidental de la provincia de Buenos Aires y se corresponde con la mayor parte de su Sexta Sección electoral, constituyendo geográficamente la transición entre el litoral pampeano y la Patagonia e inscribiéndose, desde el punto de vista lingüístico, en el área dialectal bonaerense del español de la Argentina (v. e.g. Fontanella de Weinberg, [2000](#))⁵. En la región, de perfil agrícola-ganadero, coexisten amplias extensiones rurales con numerosos pueblos de escaso número de habitantes, muchos de ellos surgidos en torno de estaciones ferroviarias, así como con centros urbanos de distinta concentración poblacional, entre los que se destaca la ciudad de Bahía Blanca⁶.

El poblamiento inicial de lo que es hoy la ciudad surgió como «avanzada militar del gobierno bonaerense» (Saus, 2018, p. 82), en torno de un fuerte fundado en 1828: el Fuerte Argentino o Fortaleza Protectora Argentina, que tuvo un importante rol, primero en los intercambios de frontera con la población indígena (v. Ratto, [2015](#), pp. 35 *et alibi*) y luego en la ofensiva contra ella desde el que fue el último malón contra ese fuerte, en 1859 (v. Perrière, [2020](#)). En 1856 se estableció en las inmediaciones del fuerte la *Legione Agricola Militare*, conformada por soldados provenientes de la Península Itálica y sus familiares, para combinar el inicio de la labranza de las tierras de la bahía con su resguardo armado; la *Legione*, que participó de la defensa del fuerte contra el último malón, constituyó a un tiempo el primer aporte inmigratorio y el primero poblacional de importancia a la actual ciudad de Bahía Blanca. El perfil «proeuropeo» de la ciudad se consolidó con la llegada posterior de la inmigración que José Luis Romero ([1963](#)) ha llamado aluvial, sostenida por décadas en la etapa de modernización del país (ca. 1880-1930): en 1914, fecha en que se registró la máxima proporción de población inmigrada, en Bahía Blanca esa población llegó incluso a superar ligeramente a la censada como argentina, con un amplio predominio de inmigración no hispanohablante en el

⁵ Hay alguna disparidad entre los estudiosos respecto de la delimitación de la región, como se puede observar por ejemplo al confrontar las expuestas en Bróndolo de Mazeris y Zinger de Bihé ([1988](#), p. 14), Schroeder y Formiga ([2011](#), p. 102) y García Douma ([2022](#), p. 6). En lo que atañe a nuestro trabajo, nos remitimos a la delimitación oficial establecida por la Ley Provincial 13647/2007 y sus modificatorias (Plan de Desarrollo del Sudoeste Bonaerense) que, en lo que nos atañe, no incluye el partido de Tres Arroyos, aunque numerosas publicaciones lo hagan (entre ellas, el propio sitio web oficial de Bahía Blanca: <https://www.bahia.gob.ar/wp-content/uploads/2018/08/INTERIORregional.jpg>).

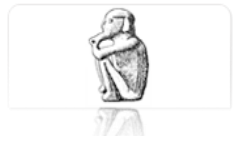
⁶ Según los datos del Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda desarrollado en 2022 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, [2024](#)), los 22 distritos que componen la Sexta Sección suman una población de alrededor de 819 000 habitantes —superior a la de la mitad de las provincias argentinas— y el de Bahía Blanca es el más poblado de esos distritos (seguido por los de Coronel Rosales, Tres Arroyos y Coronel Suárez). La ciudad de Bahía Blanca, cabecera del distrito homónimo, supera los 300 000 habitantes y es la ciudad más poblada tanto del sudoeste bonaerense como de la Sexta Sección electoral.



marco de la cual se destacó notoriamente la proveniente de Italia, que alcanzó ese año el 20 % del total (v. Fontanella de Weinberg, [1979](#), p. 18). La diversidad lingüística de la región, no obstante, fue sometida a un fuerte proceso de homogeneización ya desde principios del siglo XX (v. Di Tullio, [2003 et alibi](#)), con la instrumentación de eficientes políticas lingüístico-educacionales que operaron sobre la población no hispanófono, tanto migrante como indígena, para impulsar la operación de un proceso transversal de desplazamiento de las lenguas minoritarias y la consiguiente hegemonía del español.

El desarrollo propiamente urbano de Bahía Blanca se produjo en las últimas décadas del siglo XIX, como consecuencia de la confluencia entre los movimientos migratorios referidos y los de capitales vinculados con la construcción, en la década de 1880, de un puerto de aguas profundas y de ramales ferroviarios destinados a reunir la producción de una vasta área circundante para su exportación. En ese marco, el afianzamiento del modelo agroexportador en Argentina en el tránsito de uno a otro siglo le dio a la ciudad un valor estratégico. Se agregó más tarde a ello una relevancia similar en la red nacional de transporte automotor y, desde la década de 1980, también en la de servicios de gas y electricidad, confluente con la radicación de emprendimientos de industria básica de envergadura (especialmente petroquímica). Bahía Blanca se constituyó así en «metrópoli regional» (Bróndolo de Mazeris y Zinger de Bilhé, [1988](#), p. 30) por la coincidencia de su mayor concentración demográfica relativa y centralidad político-administrativa en la región —y su consiguiente rol de nexo con las capitales provincial y nacional— con este ponderable rol en la infraestructura económica del país.

El paisaje lingüístico de Bahía Blanca, en coincidencia con lo relevado en múltiples investigaciones sobre el paisaje urbano en distintos continentes, muestra también la preeminencia, tanto en lo que respecta a la presencia relativa como en lo que respecta a prominencia visual, de las producciones de agencia privada (*bottom-up*). Estas últimas se corresponden principalmente con la cartelera comercial, mientras que las producciones de agencia oficial (*top-down*) se limitan, en general, a la demarcación del espacio y el ordenamiento de la circulación en él. Entre estas últimas, además, el lugar de mayor relevancia lo ocupan los nomencladores de las vías de circulación, ubicados por el municipio en todas las esquinas, en los que los dos aspectos señalados se dan en concurrencia: en cada nomenclador se incluye la denominación de la vía de circulación y la «altura»



relativa de su trazado (un intervalo numérico, generalmente de una centena por cuadra, que permite en cada una la identificación de los domicilios por su numeración correlativa), junto con la dirección de circulación, que se indica mediante flechas. Dado que obviamente las «alturas» numéricas y las indicaciones de circulación se repiten, pero los nombres de las vías de circulación no, son estas decisiones onomásticas las que ocupan el lugar central de la producción *top-down* exhibida en el paisaje lingüístico urbano, en consonancia con la importancia que tiene en las políticas de memoria y otras jerarquizaciones comunitarias. Las dos fotografías que siguen ejemplifican la exhibición de tales decisiones en el espacio público de Bahía Blanca⁷.



Figura 1



Figura 2

Como también en la producción *bottom-up* son decisiones onomásticas las que ocupan el lugar principal, ya que las denominaciones de los comercios suelen ser lo más visible de todo el paisaje urbano⁸, para presentar resultados de conjunto sobre el paisaje lingüístico de Bahía Blanca nos centraremos en las elecciones denominativas más salientes de las dos direcciones agenciales a las que antes nos referimos: las denominaciones que oficialmente se han dado a las vías de circulación de la ciudad, en la primera dirección, y las que, en la segunda, se han dado a emprendimientos comerciales privados. Estos dos conjuntos de elecciones se muestran de manera omnipresente en el paisaje: las denominaciones oficiales enfocadas son de exposición obligatoria para el municipio, que emplaza nomencladores en todas las esquinas, mientras que las comerciales, que no lo son para los

⁷ La inclusión de las fotografías que presentamos de aquí en adelante, todas de autoría propia, se orienta a ofrecer una ilustración de los paisajes lingüísticos urbano y rural analizados, si bien muy acotada por razones de extensión. Como se verá, en la selección de dichas fotografías hemos privilegiado la ilustración del paisaje rural, dada la comparativa novedad de su estudio y el carácter pionero de este artículo para el de la región.

⁸ En el relevamiento al que nos referimos *infra*, por ejemplo, encontramos que cuando las denominaciones comerciales se exhiben acompañadas de una precisión sobre el rubro, en el 85 % de los casos lo hacen con la tipografía de mayor tamaño.



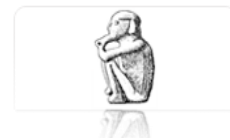
emprendimientos particulares, no solo casi siempre son expuestas, sino que generalmente lo hacen con la máxima visibilidad comparativa. Ambos conjuntos de denominaciones, además, aparecen por igual en las secciones territoriales más populosas y en las poco pobladas de la ciudad, y sin distingo por perfil socioeconómico: con la única excepción de los barrios exclusivamente residenciales, en todos los sectores del trazado hay comercios (aunque no sean ni tantos ni del mismo tipo en todos los sectores) y en todos están presentes los nomencladores municipales con los nombres de calles, avenidas y pasajes.

En la dirección *bottom-up*, partimos de recorrer la ciudad para observar en qué vías de circulación se concentraban los emprendimientos comerciales, y elegimos los dos en la que esa concentración se extendía territorialmente de modo más pronunciado. Adicionalmente, y excluyendo esas dos vías de circulación de entre las elegibles, seleccionamos aleatoriamente un número semejante de cuadras sobre el resto del trazado urbano. Así, las calles «enteras» escogidas atraviesan toda la ciudad y las demás se distribuyen sobre su planta, abarcando un total de 170 cuadras lineales, con sus dos aceras. En la dirección *top-down*, en cambio, partimos de la enumeración de las vías de circulación que el propio municipio presenta en su página web oficial⁹, descartando las que corresponden a vías de circulación nacionales —que aparecen enumeradas entre las locales, pero no fueron denominadas por el municipio—, y corroboramos que se exponen en las esquinas de todos los barrios de la ciudad, incluyendo los que se encuentran en proceso de constitución.

Operando de esta manera registramos, por un lado, 842 denominaciones de vías de circulación y, por otro lado, 884 denominaciones comerciales, expuestas en los 956 negocios que tienen sus ingresos en las cuadras revisadas. Esto último muestra claramente la preferencia por exhibir denominaciones identificatorias en el ámbito comercial, aun cuando no sea obligatorio hacerlo, y la virtual paridad numérica entre ambos conjuntos de denominaciones evidencia la preeminencia comparativa de la producción *bottom-up*, puesto que las de las vías de circulación corresponden al conjunto de la ciudad y las comerciales, en cambio, solamente a una muestra.

En relación con las denominaciones correspondientes a la dirección *top-down*, cabe destacar que en Bahía Blanca las instituciones y agrupaciones, y hasta los ciudadanos particulares, pueden

⁹ La página puede consultarse en <https://www.bahia.gob.ar>



proponer al municipio la denominación (o red denominación) de una vía de circulación, así como de otros espacios públicos, como paseos y plazas. No obstante, sean o no propuestas «desde abajo» las iniciativas denominativas, el progreso de su tratamiento depende del Poder Legislativo y el Ejecutivo posee poder de veto, por lo que las decisiones son siempre oficiales, aunque las propuestas provengan de particulares. En lo que atañe a la dirección *bottom-up*, las escasas previsiones vigentes se contienen en la Ordenanza Municipal 19209/2018, que en su artículo 153 establece que «[n]o podrán repartirse volantes o fijarse carteles en la vía pública [...] cuando están redactados en idioma extranjero sin que lleven su fiel traducción en castellano», pero no hace extensiva esa obligación a los nombres de negocios. Así, aunque el español es la lengua hegemónica en la región y, en consecuencia, la elección esperable para ambos conjuntos de denominaciones no está inhibido *de iure* el uso de ninguna lengua para nombrar emprendimientos privados, como no lo está para nombrar vías de circulación.

En el paisaje urbano revisado, investigamos la coexistencia del español con otras lenguas cuando la presencia de estas últimas resultara reconocible, esto es, excluyendo los ingresos léxicos de uso corriente y completa «conformidad» (Winter-Froemel, [2008](#)) con el español. La aplicación de ese criterio nos enfrentó a tomar decisión respecto del debatido caso de los nombres propios (v. *e.g.* Sandst y Syrjälä, [2020](#)), que muchas veces eluden esa «conformidad» y son comunes en los dos conjuntos de denominaciones que enfocamos, sobre todo por la recuperación onomástica de apellidos: en los emprendimientos comerciales de Bahía Blanca se suele recuperar onomásticamente el nombre de la calle en que el comercio se ubica, así como el apellido del dueño actual o, en negocios de larga data, del fundador; en el empleo odonímico, en cambio, es más común la recuperación de topónimos (nombres de países, provincias, por ejemplo) y de apellidos (precedidos o no por nombres de pila, y aun por títulos profesionales o jerarquías) de personajes de actuación destacada. En el caso de los comercios, las decisiones aludidas tienen que ver con estrategias orientadas a la confiabilidad: apuntan a destacar la permanencia —territorial o por continuidad temporal— de los emprendimientos y la ubicabilidad de los responsables; por esto último, entre los ofrecimientos de bienes y servicios más comúnmente nombrados con apellidos se encuentran los que centran su accionar en un único profesional, como lo ejemplifican las farmacias *Di Nucci*, *Schlaps* o *Blanchet* y las inmobiliarias *Filippone*, *Daub* y *María Teresa Harriet*. Como es obvio a partir de estos ejemplos, las elecciones



denominativas son del todo independientes de su origen lingüístico: lo que se ha decidido no es usar una cierta lengua, sino ofrecer la «garantía» mencionada, pertinente cualquiera sea la procedencia del apellido involucrado. Lo mismo ocurre en el caso de las denominaciones de las vías de circulación: las calles que se llaman por ejemplo *O'Higgins*, *Brown*, *Bouchard* o *Humboldt*, o (incluyendo nombres de pila) *John F. Kennedy* o *Dirck Kloosterman*, tampoco buscar eludir el español, sino que sean recordadas las personas a quienes se quiere homenajear. Por consiguiente, y dado que las denominaciones que referimos no suponen la elección de una lengua determinada, decidimos excluir de nuestro análisis de las lenguas escogidas en el ejercicio onomástico las denominaciones coincidentes con los que eran ya, con precedencia al nuevo uso, nombres propios.

La paridad numérica entre ambas direcciones agenciales, comentada previamente, no se conserva al considerar solamente las denominaciones registradas que evidencian la voluntad de eludir el uso del hegemónico español, que quedan reducidas a 133 denominaciones de comercios¹⁰ y 28 odónimos. Estos números transparentan la esperable correlación entre la dirección agencial y la proclividad a la elección de una lengua distinta del español para su visibilización en el espacio público, ya que, como lo ha señalado Cabello (2017), un ámbito será tanto menos proclive al uso monolingüe «cuanto más alejado se encuentre este de la acción del Estado» (p. 73); no obstante, es de señalar al mismo tiempo que la escritura oficial no se ajusta estrictamente al monolingüismo que podría esperarse considerando que únicamente el español sirve a funciones oficiales, lo cual requiere atención y habilita la comparación que sigue.

En el caso de las denominaciones comerciales en las que los particulares eligieron no usar el español, solamente unas pocas lenguas se implican en más de lo que podría ser una mera coincidencia, de acuerdo con la «regla de la triple ocurrencia» formulada por Myers-Scotton (1997, p. 207): inglés, italiano, francés, alemán y mapudungun, con el 53,38 % del total de las elecciones que implican otra lengua en el caso del inglés, el 17,29 % en el del italiano, el 12,78 % en el del francés y el 3,76 % en los casos del alemán y el mapudungun. Como se ve, se trata de difundidas lenguas internacionales europeas y solo una americana, pero la de mayor extensión en la región y la

¹⁰ Una de esas denominaciones la encontramos repetida en dos negocios diferentes, por lo que el número que referimos corresponde a 134 emprendimientos comerciales.

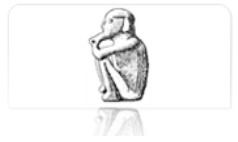


Patagonia, de la que Bahía Blanca se jacta de ser «puerta y puerto» (v. López Pascual, [2016](#)), lo que parece indicar que las lenguas que suelen preferirse son aquellas en cuyo reconocimiento por los potenciales destinatarios los productores pueden confiar. Además, se constata en general una fuerte asociación entre la elección de una u otra lengua para la denominación de un negocio y el rubro al que este pertenece, asentada sobre una vinculación estereotípica que es palpable en relación con las tres lenguas más escogidas: el inglés se asocia con lo actual y de vanguardia, el italiano con la afamada cocina mediterránea y el diseño (en especial, de vestir masculino) y el francés con el refinamiento y la elegancia (sobre todo, femenina). Así, en denominaciones de negocios dedicados a las prendas de *boutique* y lencería femenina se observa una reiterada recurrencia al francés (*La porte rouge*, *Moulin*, *Petit Paris*)¹¹, mientras que en denominaciones de negocios que venden trajes y zapatos de vestir masculinos se aprecia la reiteración de la elección del italiano (*Amici*, *Ragazzi*, *Signori*); asimismo, en el rubro de la gastronomía el italiano se prefiere en denominaciones de negocios ligados a la comida artesanal (*Banchetto*, *Della Nonna*, *Tutta bella pizza*), mientras que el francés se reserva a la panificación de especialidad y la *pâtisserie* (*Boulangerie*, *Madame Pasteliere*, *Sucrierie*)¹². El inglés, por su parte, es usado en exclusividad en denominaciones de negocios de rubros ligados a la tecnología, desde la telefonía a los videojuegos (*Cell-shop*, *Micro House*, *New Computers*), y compite con las demás lenguas en los restantes (como lo muestran, por ejemplo, las denominaciones de las panaderías *Happiness* y *Twins* y de las tiendas de vestir *Dress for party* y *Poll*)¹³, aunque con una excepción: el inglés no se solapa con el mapudungun en las denominaciones de negocios de venta de productos vinculados a la tierra y procedimientos de usufructo tradicionales, en los que se concentra el uso de la lengua indígena (*Paihuen*, *Palihue*, *Pehuen*). Ello deja con carácter *sui generis* a solo dos de las lenguas de que se trata: el inglés, empleado prácticamente sin restricciones, y el mapudungun, reservado para lo único para lo que el inglés no se usa porque indexicaliza lo contrario —el inglés la

¹¹ Reproducimos fielmente la escritura registrada en todas las denominaciones que consignamos de aquí en adelante a los fines de la ejemplificación, aun cuando alguna no se ajuste completamente a la forma convencional en la otra lengua que se ha procurado reproducir. Las enumeraciones siguen en todos los casos un criterio alfabético y procuran ser ilustrativas, no exhaustivas.

¹² Si bien para el alemán no se aprecia una concentración equiparable, su vinculación globalmente extendida con la cerveza se ve igualmente en el paisaje urbano analizado, como lo muestran la cervecería *Wir können* y el ocasional uso de *Bier Haus* como especificación de rubro. Es de señalar también el empleo de letras góticas en la cartelería de la especialidad, ejemplo de lo que Sutherland ([2015](#)) ha llamado *writing system mimicry*.

¹³ El inglés también compite con el alemán en relación con la cerveza, como lo muestra la cervecería *Urban beer* o la especificación *Brew bar* que sigue a la denominación *Wir können* en el frente mismo del local comercial.



internacionalización y la actualidad y el mapudungun, en cambio, lo telúrico y la continuidad con el pasado—.

El uso del inglés ostenta, además, otra característica que aumenta su peculiaridad: las denominaciones en las que se lo emplea nunca aparecen acompañadas semióticamente por nada que remita a una procedencia nacional o cultural específica, como sí se registra en cambio en la cartelería bahiense para remitir a las nacionalidades asociadas con las distintas lenguas a través de sus banderas o los colores correspondientes, así como a la cultura mapuche por diseños típicos o guardas, frecuentes en sus textiles¹⁴. Ese comparativo desapego de la indexicalización primaria se vincula con el hecho de que, en su función no comunicativa, sino simbólica (v. *i.a.* Landry y Bourhis, [1997](#)), el significado no referencial que transmiten las denominaciones en inglés sea, en relación con las demás lenguas europeas referidas, el más altamente abstracto: el inglés remite, por, sobre todo, a la novedad. Es por ello que compite con las demás lenguas en casi todos los rubros: la invocación de la novedad es transversalmente útil. Únicamente no puede competir con el mapudungun, que es la lengua elegida por quienes no quieren invocar la novedad, sino, por el contrario, la continuidad temporal: no los avances de la tecnología contemporánea y globalizada, sino el modo tradicional de interactuar con la naturaleza local. Las fotografías que siguen corresponden a emprendimientos comerciales con denominaciones en las lenguas diferentes del español más recurrentemente escogidas, *i.e.* inglés, italiano y francés (Figuras 3, 4 y 5, respectivamente), y a una tienda de artículos regionales para cuya denominación se ha recurrido al mapudungun (Figura 6).

¹⁴ Esa remisión expresa a los orígenes se observa incluso, en ocasiones, en el caso de emprendimientos comerciales en cuyas denominaciones la procedencia invocada se ha expresado lingüísticamente a través del español. Así, el cartel que preside la entrada a la *Ferretería Italiana* exhibe la bandera de Italia, y el cartel de la *Pollería Alemana* usa los colores de la bandera alemana.



Figura 3



Figura 4



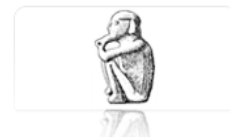
Figura 5



Figura 6

Una observación equiparable a la que acabamos de presentar se aplica a la preferencia constatable en la odonimia analizada que, sin embargo, en términos de frecuencia relativa, invierte la relación: en los nombres de vías de circulación en los que se ha elegido la lengua, las 28 que no han sido nombradas usando el español lo han sido empleando lenguas indígenas americanas, y solo una de ellas de modo reiterado: 25 de esas 28 denominaciones implican la recurrencia al mapudungun. En general, los odónimos de la ciudad se dividen entre los que procuran ser homenaje a grupos de personas (*Araucanos*, *Damas mendocinas*, *Héroes de Malvinas*) o recordar acontecimientos, nacionales o locales (*25 de mayo*, *9 de julio*, *19 de mayo*¹⁵), y los que procuran la jerarquización de aspectos o especies de la naturaleza, sobre todo de la propia región; la formulación de los primeros se encuentra siempre en español, en consonancia con el empleo de esa lengua por la agencia

¹⁵ Los dos primeros odónimos recogen las fechas principales del proceso independentista del país, mientras que la tercera recuerda la fecha del último malón indígena contra el fuerte que constituyó la avanzada fundacional de la actual ciudad de Bahía Blanca (v. Perrière, 2020).



gubernamental en las restantes funciones oficiales, pero la de los segundos no: es en esos odónimos en los que elige tanto el español (como en *Horneros*, *Las lechuzas* y *Las toscas*) como el mapudungun (*Calquin* ‘águila grande’, *Chequen* ‘arrayán blanco’, *Mañque* ‘buitre’, entre otros.). Las vías de circulación con denominaciones en mapudungun, por último, no se distribuyen homogéneamente en la ciudad, sino que tienen especial concentración en barrios residenciales con amplios terrenos y alejados del centro¹⁶, principalmente en el «barrio parque» llamado *Patagonia*. Como puede apreciarse, las preferencias atestiguadas en el paisaje lingüístico urbano estudiado en dirección *bottom-up* no se replican en la dirección *top-down*, pero la preferencia constatada en esta última por el mapudungun se apega a la misma metaforización de los modos de vida tradicionales y la relación con una naturaleza prístina, que son contrastivamente valorados (tal como lo señalan Banda y Mokwena [2019](#), p. 178) en el espacio local.

Para completar la presentación de los resultados de nuestras indagaciones sobre Bahía Blanca, cabe destacar que el grueso de las producciones lingüísticas exhibidas en el espacio analizado lo han sido sobre soportes que les fueron expresamente provistos, como en dirección *top-down* lo muestran los nomencladores que se emplazan en cada esquina y, en dirección *bottom-up*, desde los carteles comerciales profesionales que penden de los muros hasta los pizarrones que pueblan las aceras, publicitando las ofertas del día. No obstante, para ambas direcciones agenciales se registran excepciones, como lo evidencian las certificaciones de agentes de fiscalización pública que se exhiben en las vidrieras de los negocios, en el primer caso, o los grafitis que se apropian de las superficies que encuentran disponibles, en el segundo. Castillo Lluch y Sáez Rivera ([2011](#)) han llamado «signos parásitos» a los «anuncios personales manuscritos y carteles [...] pegados a muros no destinados en principio a albergarlos» (p. 79) y, haciendo uso de la misma metáfora, consideramos «parásitas» las producciones que toman como soportes medios materiales (como paredones y postes de luz, entre otros) no «destinados» expresamente a esa exhibición¹⁷. La fotografía siguiente muestra producciones de ese tipo en el espacio público de Bahía Blanca, en este caso en dirección *bottom-up*.

¹⁶ En el caso de los nombres mismos de los barrios de Bahía Blanca, además, todas las denominaciones en las que se recurre a otra lengua sin recuperar nombres propios provienen, sin excepción, del mapudungun: *Millamapu*, *Paihuen*, *Palihue* (los tres, tranquilos barrios alejados del tráfico céntrico).

¹⁷ Así lo hace también, por ejemplo, Fotti Berdasco ([2023](#)), quien estudia igualmente el paisaje lingüístico de Bahía Blanca, pero centrándose en las manifestaciones callejeras de las diversas militancias.

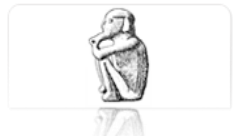


Figura 7

Según lo observamos, tales producciones de exhibición «parásita» difieren en la ciudad según la dirección agencial, y en al menos dos sentidos: en dirección *top-down*, los emisores (organismos, principalmente, de control y recaudación) son pocos y conocidos y la producción lingüística que en su nombre se exhibe está protocolizada; en dirección *bottom-up*, en cambio, los emisores son numerosos y frecuentemente anónimos, con producciones creativas que tienden a no repetirse.

En síntesis, en el paisaje lingüístico de Bahía Blanca se destacan las producciones *bottom-up*, y tanto en ella como en la dirección contraria lo común es que quienes procuran exhibir mensajes los provean de soportes propios. No obstante, en ambos tipos de producción se registran «signos parásitos», aunque con diferencias según la dirección agencial. Lo mismo puede decirse del aspecto al que le hemos prestado más atención: la recurrencia a otras lenguas en decisiones onomásticas, de especial importancia por su omnipresencia territorial y prominencia visual. La recurrencia a otras lenguas, que dado el carácter hegemónico del español es siempre informativamente innecesaria, despliega en esas denominaciones su valor simbólico, evocativo; la *conditio sine qua non* de ese valor es que se pueda confiar en su reconocimiento por los potenciales destinatarios, mientras que la condición suficiente para definir tendencias en la selección pasa por las asociaciones socialmente vigentes que permiten confiar en que se produzca la evocación intencionada. Ello se verifica en ambas direcciones agenciales, aunque las lenguas preferidas no son las mismas: en la dirección *top-down* solo el mapudungun coexiste con robustez con el español, mientras que en la dirección *bottom-up* reina el inglés; no obstante, aunque el inglés no solo excluye a otras lenguas de las preferencias denominativas en varios rubros comerciales, sino que también compite con ellas en los demás, queda



en distribución complementaria con el mapudungun en función del carácter mutuamente excluyente de sus respectivos valores indiciales.

4. El paisaje rural: recorriendo el *hinterland*

En relación con el paisaje lingüístico rural, los datos que consignamos a continuación provienen de la observación y registro del paisaje lingüístico de unos 1000 kilómetros de vías de tránsito no urbanas extendidas entre Bahía Blanca y distintas localidades del radio circundante, distantes de ella no más de 200 kilómetros y ubicadas en el partido homónimo y en los de Coronel Dorrego, Coronel Pringles, Coronel Rosales, Coronel Suárez, Monte Hermoso, Saavedra, Tornquist y Villarino, en el sudoeste bonaerense, así como en el lindante partido de Tres Arroyos, de la región sudeste (v. *i.a.* Scavone, [2015](#), p. 17). El número indicado se distribuyó en unos 500 kilómetros de tránsito sobre rutas nacionales (RN 3 «Comandante Luis Piedrabuena» Norte, RN 3 «Vieja» y RN 33 «Ruta del Desierto Dr. Adolfo Alsina»), 400 kilómetros sobre rutas provinciales (RP 51, RP 67, RP 72, RP 76, RP 78, RP 85, RP 113 y RP 229) y 100 kilómetros sobre accesos, desde las rutas citadas, a diversos pueblos, ciudades y centros turísticos: Aparicio, Arroyo Corto, Bajo Hondo, Cascada Cifuentes, Coronel Dorrego, Coronel Pringles, Cura Malal, Dufaur, El Perdido, Fortín Mercedes, La Salada, Micaela Cascallares, Pueblo Santa María, Saavedra, Tornquist —y su balneario Parque Norte—, Reta, Villa del Mar y Villa Ventana.

A diferencia de las producciones lingüísticas registradas en el paisaje urbano, la amplia mayoría de las observables en las vías de circulación transitadas en el espacio rural derivan de la agencia oficial, en coincidencia con lo observado en España por Fernández Juncal ([2019](#), p. 51). Esas producciones *top-down* se orientan a la demarcación del espacio y el ordenamiento de la circulación, como en el paisaje urbano, y suelen contener nombres propios: por un lado, los nombres de cursos hídricos, elevaciones orográficas y otros sitios de importancia se exhiben de modo próximo a ellos y, por otro lado, los nombres de localidades tanto se visibilizan en sus caminos de acceso como en los carteles de señalización (como el que muestra la Figura 8) que indican la distancia que se debe recorrer para llegar a cada una, por lo que se reiteran en diversas ubicaciones. Sin embargo, el paisaje rural difiere en este aspecto del paisaje urbano en al menos dos sentidos: por un lado, la instancia



decisoria definitiva sobre esa toponimia no es local, sino provincial o nacional, lo cual impide llevar adelante una comparación con la odonimia urbana en relación con las lenguas empleadas; por otro lado, esas denominaciones no tienen el mismo protagonismo que los odónimos en la ciudad: les es disputado por la exhibición de la más variada información, relativa tanto a la circulación en general —los recordatorios del uso obligatorio de luces o del cinturón de seguridad, por ejemplo— como, y principalmente, a sus particularidades —como lo ejemplifican los números telefónicos de emergencia, la información sobre el estado de la calzada, las alertas sobre desvíos por obras o pasos ferroviarios sin barreras y la señalización de lugares inundables—. Así, si la agencia *top-down* se visibiliza en la ciudad principalmente a través de la omnipresencia de los nomencladores, cuya función se reparte entre la identificación de la ubicación y la orientación de la circulación, en el paisaje rural cobra especial importancia la procuración expresa de seguridad, ejemplificada en la Figura 9.



Figura 8



Figura 9

Por otra parte, y aun excluyendo de la consideración los topónimos por la razón citada, cabe destacar que la máxima prominencia visual en el paisaje rural les corresponde a los nombres de las localidades que se exhiben en las proximidades del ingreso a ellas, en particular por el tamaño con que se los presenta, pero también por la elaboración de los soportes que se les suelen proveer —como pedestales o arcos— y sus diversos ornatos, según puede verse en las Figuras 10 y 11. De este modo, la mayor prominencia visual en el paisaje rural corresponde a intervenciones producidas no en dirección *bottom-up*, como ocurre en el paisaje urbano en la cartelería comercial, sino en dirección *top-down*.

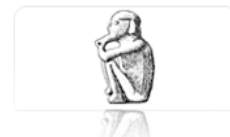


Figura 10



Figura 11

Las producciones *bottom-up* emplazadas en el espacio rural, que no alcanzan la prominencia visual mencionada ni tienen una presencia tan permanente como las producciones *top-down*, son sin embargo frecuentes y se procura eficazmente su visibilidad cuando esa producción se orienta a la promoción comercial, principalmente en carteles expuestos en campos linderos a las vías de circulación —en especial cuando se trata de las más transitadas—. Aunque estos carteles pueden ubicarse de manera aislada, su emplazamiento es más frecuente en las cercanías de los centros poblados —sobre todo, de las ciudades— y suelen ubicarse de modo muy próximo unos a otros en las intersecciones de una ruta nacional o provincial con el camino de acceso a alguna localidad.

Corrientemente, los carteles que se secuencian y hasta agrupan cerca de las localidades remiten con preferencia a bienes y servicios ofrecidos en ellas (servicio mecánico, restaurantes, hospedajes, entre otros); en cambio, los carteles que se visualizan aisladamente promocionan por lo general insumos y servicios estrictamente rurales (maquinarias agrícolas, semillas para siembra, inmobiliarias dedicadas a la compra y venta de campos), como lo hacen también los carteles —más esporádicos— que, suspendidos sobre alambrados, publicitan las marcas de los insumos utilizados en los establecimientos rurales¹⁸ en los que se exhiben o los datos de quienes los comercializan en la localidad más próxima. Las fotografías que siguen muestran tal cartelería promocional, con estructuras de exhibición propias (Figura 12) o sobre alambrados (Figura 13).

¹⁸ En este artículo empleamos *establecimiento* con valor hiperonímico, para referir a propiedades rurales de diversa extensión y perfil productivo, como lo hace el Código Rural de la Provincia de Buenos Aires (Decreto-Ley 10081/1983 y sus modificatorias).



Figura 12

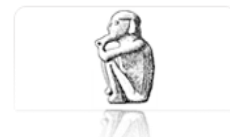


Figura 13

En ambos casos, sin embargo, y al igual que en el de los topónimos, la onomástica que esa cartelería exhibe no ha sido decidida donde se la exhibe, por lo que no refleja preferencias de la población rural. De hecho, el único aspecto de la onomástica visible en ese paisaje que puede entenderse que lo hace es el de las denominaciones de los propios establecimientos rurales, que obedecen a la decisión de sus dueños y tienen carácter identificadorio, como las de los negocios en el paisaje lingüístico urbano. Por lo mismo, una comparación entre ambos tipos de denominaciones es posible, y habilita la ponderación de la recurrencia en uno y otro caso a lenguas diferentes del esperable español¹⁹.

En primer lugar, las denominaciones de los emprendimientos rurales que observamos (principalmente de explotación agropecuaria, ya sea mixta o especializada —en cría de bovinos u ovinos o en producción olivícola, por ejemplo—) se distinguen de las denominaciones comerciales consideradas en la cartelería urbana porque, frente a la misma opcionalidad referida para la ciudad, en el paisaje urbano se opta preferentemente por exhibir denominaciones identificadorias, mientras que en el paisaje rural es más común no hacerlo. Si bien no es posible un cómputo estricto como en el caso de la ciudad, ya que no hay demarcaciones visualizables entre los establecimientos rurales que permitan contarlos solamente por transitar los caminos (y dado que, además, el número de los establecimientos no coincide con el de las tranqueras de ingreso, ya que puede haber varias por cada

¹⁹ Si bien la velocidad de imposición de esas denominaciones es mucho más rápida en la ciudad —y, paralelamente, las denominaciones de larga data son más frecuentes en los establecimientos rurales que en los negocios urbanos—, lo que aquí nos interesa es su coexistencia actual en el paisaje construido a lo largo del tiempo. Solo secundariamente incluimos alguna consideración diacrónica específica, en particular en relación con el uso del mapudungun (v. *infra*), aunque se trata de aspectos de mucho interés que ameritarán investigaciones futuras de detalle.

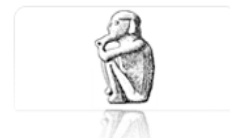


uno), la comparativa infrecuencia aludida es fácilmente inferible del número de denominaciones recogidas: registramos solamente 162 denominaciones en los casi 1000 kilómetros de redes viales revisados²⁰, número que obviamente resulta escaso si se considera que, aun cuando existen algunas estancias de muy amplia extensión, la propiedad de la tierra rural perdió en la región hace décadas su alta concentración inicial (v. *i.a.* Blanco, [2004](#)). En muchos casos, como decimos, o bien no se exhibe identificación alguna o bien se exhiben otros datos, como el kilómetro de ubicación de la entrada principal sobre una ruta o la marca con que se yerra el ganado del establecimiento, pero no una denominación identificatoria; además, algunas de las denominaciones que son exhibidas no resultan legibles desde los caminos recorridos, sea por su tamaño o ubicación o por el deterioro que ocasionalmente se constata de los materiales empleados en la exhibición²¹.

Las denominaciones de establecimientos rurales cuya exhibición visualizamos casi nunca consisten exclusivamente en los que ya con precedencia eran nombres propios (salvo contados casos de uso de apellidos y topónimos, como en Finca *Rumaroli* y Quinta *Córdoba*) y muestran una preferencia muy marcada por la formulación en español, especialmente en la forma de sintagmas nominales simples de determinante y sustantivo. Estas denominaciones remiten frecuentemente a aspectos de la historia regional, sea indígena (*La Tribu*, *Nobles caciques*), gauchesca (*El Estribo*, *Rancho Largo*) o fortinera (*El Fortín*, *Las Vigilancias*), y a la flora y fauna locales (*El Cardal*, *Los Charos*). Remiten asimismo a particularidades del sitio en que en cada caso se ubica la propiedad (*La Loma*, *Las Vertientes*) o a lo que se jerarquiza de lo que contiene (*El pinar*, *El rosedal*) y a condiciones y sentimientos personales ligados a ella (*El Anhelito*, *El Trueque*, *La Persistencia*), así como a vínculos afectivos (*La Novia*, *Los Abuelos*) y aspectos religiosos (*La Fe*, *La Providencia*). La misma estructura se mantiene cuando el sustantivo es un antropónimo, ya que los nombres de pila empleados como denominación lo son casi sin excepción con determinante en los establecimientos

²⁰ Esas denominaciones se exponen regularmente sobre las tranqueras de ingreso a los establecimientos, pero también, en ocasiones, en carteles que señalan la dirección en la que hay que ingresar por algún camino vecinal para llegar al establecimiento.

²¹ Por supuesto, casi siempre exhiben denominaciones identificatorias los establecimientos que incluyen puntos de venta u organizan eventos, a diferencia de las explotaciones rurales tradicionales; esta diferencia merece también un estudio pormenorizado y se liga solo parcialmente con la cuestión cronológica aludida en la nota 19, ya que algunos establecimientos de larga data han incorporado en los últimos años esas nuevas fuentes de ingresos (v. *e.g.* Schroeder y Formiga, [2011](#), p. 92), pero sin cambiar de nombre.



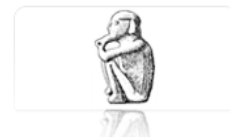
rurales²², como se ve en *La Catalina*, *La Leonora*, *La María del Carmen* y *La Zelinda* o —usando apodos y hasta nombres de personajes de ficción— en *La Beba* o *La Patora*²³, mientras que nunca lo son en las denominaciones comerciales registradas en la ciudad. Esto último puede reflejar un uso rural —efectivo o reconstruido, pero entendido como típico— tanto como responder a la elipsis de la caracterización que corresponde al tipo de establecimiento (*estancia*, *cabaña*, *chacra*, *finca*, *granja* o *quinta*), reproduciendo un uso oral común en la zona: por ejemplo, el establecimiento cuya denominación expuesta es *Estancia Curumalán*, de larga continuidad en la producción regional (v. Cuesta, [2020](#)), es comúnmente referido como *La Curumalán*²⁴.

En cuanto a la elección de una lengua diferente del español, se la registra con baja frecuencia, en solo 11 denominaciones (el 6,79 % del total registrado). Más allá de esa escasa frecuencia general, es de destacar la amplia preponderancia de la opción por el mapudungun (*Mahuida-Co*, *Pichi-Malal*, *Curu Calel*), registrada en 6 de las referidas 11 denominaciones. Esta preferencia parece poder equipararse a lo que anotamos sobre el uso de esa lengua en la ciudad, aunque hay que tener en cuenta que las denominaciones de establecimientos rurales no tienen una dinámica equiparable a la de las denominaciones comerciales urbanas en lo que respecta a su velocidad de cambio: aun cuando para ofrecer mayores precisiones se requiere un estudio particular, todavía por hacerse, hay estudios y artículos periodísticos (e.g. Blanco, [2004](#); Llompart Laigle, [2012](#)) que muestran la larga permanencia de cuando menos algunas de las denominaciones en mapudungun que nos ocupan. Por lo tanto, es posible que al menos parte de ellas obedezca no a la comoditización de esa lengua que puede entenderse que se ha producido en el espacio urbano, sino al patrón «deíctico» general de la frecuente presencia de lenguas indígenas en la toponimia argentina: la conservación de las lenguas de las poblaciones indígenas que fueron minorizadas en la denominación de accidentes geográficos,

²² Como denominaciones de emprendimientos rurales también se encuentran nombres de pila precedidos de fórmulas de tratamiento enaltecidas, tanto laicas (*Don Adolfo*, *Don Leonardo*, *Don Pancho*) como (y sobre todo) religiosas, en referencia a figuras de culto (*San Francisco*, *San José*, *Santa María*, *Santa Rosa*). Es de destacar que en el primer caso se trata siempre de nombres de varón —y en el que comentamos *supra*, siempre de nombres de mujer—, mientras que no hay distingo en tal sentido en el caso de las elecciones de orientación religiosa; puede suponerse una relación entre este aspecto de la onomástica y el hecho de que históricamente hayan sido varones los dueños de los establecimientos rurales, aunque no hay todavía ningún estudio específico al respecto.

²³ *Patora* es el nombre de la hermana del Cacique Patoruzú en la conocida historieta de Dante Quintero, de gran importancia en la cultura popular argentina.

²⁴ Por esta vía se podría explicar también el uso de determinante con adjetivo, de elección del femenino para un sustantivo que suele usarse en masculino genérico y de cambio en el género gramatical de un sustantivo masculino para volverlo femenino, que constatamos en *La Caprichosa*, *La Chingola* y *La Vallecita*, respectivamente.



jurisdicciones y localidades ubicados en los territorios respectivos²⁵. De hecho, la entrada a la estancia *Curumalán* se ubica en el camino vecinal de acceso al pueblo cuasi-homónimo *Cura Malal* — fundado en 1905 en torno de la estación de ferrocarril, construida pocos años después de la fundación de la estancia, en 1881, para el transporte de la producción rural—, y la estancia *Quiñigua* se ubica en las proximidades del arroyo que en la señalización oficial sobre la RP 85 aparece con el nombre de *Qiñihua* (*i.e.* sin la reproducción del refuerzo velar frente al diptongo que es típico de la pronunciación española)²⁶.

Más allá de la coincidencia en la elección del mapudungun que llevó a estas consideraciones, el paisaje lingüístico que aquí analizamos se distingue del urbano en lo que atañe a las denominaciones impuestas en dirección *bottom-up* porque las de los establecimientos rurales prescinden de las lenguas internacionales a las que frecuentemente se recurre en las denominaciones comerciales de la ciudad. A estas últimas las encontramos únicamente bajo la forma de elementos léxicos con escritura no adaptada al español, pero de uso corriente, en promociones de emprendimientos comerciales destinadas al turismo, como en el caso del cartel promocional del restaurante *Sierra Grill* en las proximidades de San Andrés de la Sierra, sobre la RP 76. En las denominaciones de establecimientos rurales, en cambio, en nuestro registro solo alcanza el piso de la «triple ocurrencia» el mapudungun, y solo una única otra lengua es elegida más de una vez: el euskera, lengua de herencia (*Gure Echea*, *Gure Pakea*). Ejemplifican la elección del mapudungun las elecciones onomásticas que muestran las dos fotografías que siguen.

²⁵ La decisión oficial por esa presencia ha sido analizada por distintos autores, en especial en los territorios sobre los que se avanzó con campañas militares (Patagonia y Chaco), y ha sido interpretada de modos disímiles: desde verla como un modo de «anclar la toponimia en un pasado remoto, omitiendo los tres siglos de dominio español» colonial (Lois, 2010, p. 328) hasta verla como un modo de situar en el pasado la cultura indígena minorizada (Comerci, 2012, p. 8), o incluso como «un monumento mortuorio» para una lengua que se da por desplazada (Lazzari, 2010, p. 155)

²⁶ Aunque estos «dobletes» reclaman un tratamiento específico que supera las posibilidades de este trabajo, cabe señalar que hemos constatado una evitación de la «españolización», común en las etapas de la ocupación del espacio tras la denominada *Conquista del Desierto*, en denominaciones impuestas contemporáneamente: en dirección *bottom-up*, el intento de no «españolizar» las expresiones en mapudungun elegidas como denominaciones de emprendimientos comerciales es patente, como puede verse al consultar la sección hospedajes de la página de turismo de Sierra de la Ventana (<https://www.sierrasdelaventana.com.ar/alojamientos>), y el mismo intento puede llegar a la «desespañolización», como lo muestra la denominación del loteo *Cumelen Pihue*, desarrollado en las afueras de la ciudad de *Pigüé* y publicitado sobre la RN 33.

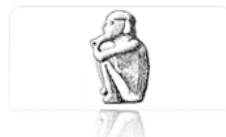


Figura 14



Figura 15

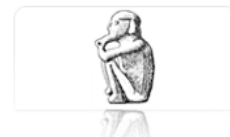
Ya no en relación con la onomástica, pero sí con las lenguas de herencia, el paisaje rural presenta un aspecto más que es digno de atención: si bien excepcionalmente, es posible encontrar lenguas de grupos migrantes en algunos caminos de acceso a localidades oportunamente conformadas por migración concertada. Tal es el caso del Pueblo San José del distrito de Coronel Suárez: en el camino que lleva a ese pueblo, fundado a finales del siglo XIX como colonia agrícola por inmigrantes de origen germano provenientes de una colonización en Rusia (y, por ello, conocidos como «alemanes del Volga»), el saludo de despedida a los visitantes, que se muestra en la Figura 16, se encuentra tanto en español como en alemán²⁷.



Figura 16

Finalmente, y para concluir este repaso por las características observadas en el paisaje lingüístico rural de la región, señalamos que para la casi totalidad de las producciones expuestas se

²⁷ La escritura expuesta, además, muestra alguna diferencia con la correspondiente al alemán estándar (*Auf frohe Wiedersehen*), transparentando el habla heredada efectiva, dialectal.



han provisto expresamente los soportes correspondientes. Son pocos los «signos parásitos» observados y, a diferencia del entorno urbano, exclusivamente en dirección *bottom-up*: no solamente los promocionales ya comentados que se valen de alambrados, sino también, con el mismo modo de exhibición, propagandas políticas vinculadas con procesos electorales en curso, como lo muestra la Figura 17. Fuera de este modo de exhibición, solamente encontramos mensajes que usufructúan como soportes superficies previstas para otros fines en el caso de inscripciones realizadas sobre bienes públicos, como alcantarillas y la propia señalética; tales inscripciones no son frecuentes y se las observa concentradas únicamente en las garitas que han sido emplazadas en intersecciones de rutas nacionales o provinciales con caminos de acceso a centros poblacionales, destinadas a guarecer a quienes esperan el paso del transporte público automotor de media o larga distancia, como puede verse en la Figura 18. Dada la infrecuencia arriba señalada y que la concentración se restringe al interior de las garitas, se concluye que el conjunto de los «signos parásitos» tiene escasa visibilidad en el paisaje lingüístico rural. En ese conjunto, por otra parte, los de mayor visibilidad son los que, para propiciarla, fueron ubicados sobre alambrados y que, justamente por ser promocionales, no son nunca anónimos, a diferencia de los producidos en dirección *bottom-up* que suelen encontrarse en el entorno urbano de Bahía Blanca, que —según puede verse también en el estudio de Fotti Berdasco (2023)— lo son con frecuencia.

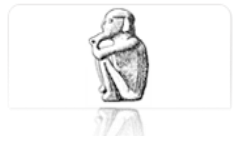


Figura 17



Figura 18

En síntesis, en el paisaje lingüístico rural analizado se destacan las producciones *top-down*, tanto por su omnipresencia cuanto por contarse entre ellas las de mayor tamaño y elaboración para la



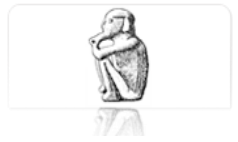
visibilización. Las producciones *bottom-up* se distribuyen entre las denominaciones de los establecimientos rurales, generalmente exhibidas en ellos mismos, y carteles promocionales que remiten a otras radicaciones, parte de los cuales no han sido provistos de estructuras propias para su exhibición, sino que se ubican sobre alambrados, por lo que pueden considerarse «signos parásitos». Solo en el caso de los nombres de las propiedades rurales se trata de decisiones tomadas *in situ* — aunque esas decisiones pueden distar temporalmente del presente más que las que les son equiparables en la ciudad—, y es por lo tanto en ellas en las que puede evaluarse más idóneamente, de manera comparativa, la recurrencia a lenguas diferentes del español. Como en el espacio urbano de Bahía Blanca, en el de su *hinterland* asume relevancia la recurrencia al mapudungun: la opción que es preferida en la ciudad en las elecciones denominativas que eluden el español en dirección *top-down* es también la preferida para denominar establecimientos rurales cuando se decide igualmente no usar el español, de manera dominante en ambos casos y distinguible por ello del uso urbano del mapudungun en dirección *bottom-up*, que es una opción reiterada solo en el marco de la distribución complementaria de su valor indicial con el del dominante inglés.

5. Conclusiones

Los resultados que acabamos de exponer de nuestra investigación sobre el paisaje lingüístico de la ciudad de Bahía Blanca y su área rural circundante muestran que entre ambos paisajes existen algunas coincidencias y, sobre todo, llamativas diferencias.

En el nivel más general, el paisaje lingüístico urbano y el rural se distinguen porque tanto la preeminencia frecuencial como la máxima prominencia visual corresponden a producciones en dirección *bottom-up*, en el primer caso, y a producciones en dirección *top-down*, en el segundo. En las producciones *top-down*, en el paisaje urbano se aprecia la preeminencia de la onomástica (odonimia), con esa onomástica decidida en el plano local, mientras que en el paisaje rural hay preeminencia de las orientaciones ligadas a la seguridad de la circulación por sobre la onomástica (toponimia), y esa onomástica no es decidida en el plano local.

Por otro lado, en el paisaje urbano proliferan los «signos parásitos» producidos en ambas direcciones agenciales, mientras que en el paisaje rural solo los hay producidos en dirección *bottom-*



up. Además, los que en esta dirección agencial se producen en la ciudad suelen ser anónimos, mientras que nunca lo son en el paisaje rural aquellos a los que se les ha procurado una visibilidad mayor (sobre alambrados).

En relación con el interés por la coexistencia interlingüe, central en el área de estudios, son relevantes —y estrictamente comparables— las denominaciones impuestas, en dirección *bottom-up*, a comercios y establecimientos rurales. La comparación de esas denominaciones, aun excluyendo las que coinciden con nombres propios precedentes, muestra una frecuente recurrencia a otras lenguas junto al hegemónico español en la ciudad, con preferencia por unas pocas de origen europeo y carácter internacional y predominio del inglés, frente a una recurrencia a otras lenguas en el campo que es comparativamente infrecuente y se orienta al carácter regional y la procedencia indígena, representadas por el mapudungun. Una preferencia equiparable por el mapudungun se constata en la ciudad en elecciones denominativas que eluden el español, con importancia cuantitativa solo en elecciones operadas en dirección *top-down*, pero de manera destacable también en la dirección contraria por su distribución complementaria con el inglés, altamente sintomática respecto del valor simbólico de ambas lenguas: una asociada con la globalidad y la dinámica de cambio que impone y la otra, en cambio, con el terruño y la permanencia.

Por último, en el paisaje rural parece haber un lugar más jerarquizado que en el urbano para lenguas de herencia, frutos del contacto directo con el español frente al contacto indirecto que se privilegia en el espacio público de la ciudad. Esta observación, que se liga a resultados de investigaciones llevadas a cabo también en la región con fines distintos de la presente, relacionadas con movimientos de revalorización y recuperación de contenidos étnicos (v. *i.a.* Ladilova, [2012](#), p. 149 *et alibi*), constituye una de las vías de indagación más prometedoras para el curso próximo de nuestros estudios.



6. Anexo

6.1. Anexo I

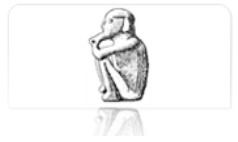
Se presenta a continuación, de manera sintética y conjunta para el paisaje urbano y el paisaje rural analizados, la graficación de las cantidades y porcentajes referidos en el artículo en relación con la cuestión, central en él, de la implicación de más lenguas que la regionalmente hegemónica en las decisiones onomásticas. Como lo hicimos previamente, consignamos datos de las dos direcciones agenciales en el primer caso y de la dirección *bottom-up* (la única de decisión local en el área rural), en el segundo.

Tabla 1.
Recurrencia general a otras lenguas
(el orden de las columnas sigue el de la exposición en el artículo)

	Denominaciones de vías de circulación urbanas	Denominaciones de emprendimientos comerciales urbanos	Denominaciones de establecimientos rurales
Español	814 96,67 %	751 84,96 %	151 93,21 %
Otras lenguas	28 3,33 %	133 15,04 %	11 6,79 %
Total	842 100 %	884 100 %	162 100 %

Tabla 2.
Detalle de las lenguas escogidas que alcanzan el piso de la «triple ocurrencia»
(las columnas fueron reubicadas en orden frecuencial)

	Denominaciones de emprendimientos comerciales urbanos	Denominaciones de vías de circulación urbanas	Denominaciones de establecimientos rurales
Inglés	71 53,38 %	-	-
Italiano	23 17,29 %	-	-
Francés	17 12,78 %	-	-
Alemán	5 3,76 %	-	-
Mapudungun	5 3,76 %	25 89,29 %	6 54,55 %
Otras	12 9,03 %	3 10,71 %	5 45,45 %
Total	133 100 %	28 100 %	11 100 %



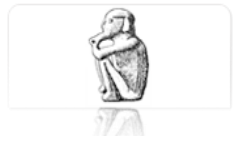
En el ámbito comercial urbano, la categoría *Otras* incluye una amplia variedad de lenguas: euskera, griego, japonés, latín, maya, náhuatl, quechua y suajili²⁸. En lo que atañe a las denominaciones de establecimientos rurales, las lenguas que integran esa categoría son menos, aunque también de variada procedencia: euskera, griego, italiano y quechua. En las denominaciones de vías de circulación urbanas, en cambio, la categoría *Otras* solamente incluye lenguas indígenas: güñün a iajüch, tehuelche y yanoama.

La investigación de las razones particulares subyacentes a estas elecciones exige un acercamiento complejo, documental en la dirección *top-down* —como lo ejemplifica el estudio de Sosa (2024) de los nombres de mujer en la odonimia de Bahía Blanca— y etnográfico en la dirección *bottom-up*, con atención a las motivaciones para elegir lenguas que no tienen ni han tenido presencia regional como lenguas habladas y especialmente, en el caso contrario, a la eventual vinculación de las elecciones con la vitalidad de esas lenguas. Estas últimas indagaciones ya han comenzado a realizarse, como lo muestra el estudio de Lasry (2023) sobre la presencia onomástica del italiano en Bahía Blanca en el marco del proceso de mantenimiento y cambio de lengua de la inmigración italiana en la ciudad, y confiamos en que seguirán progresando, así como en poder contribuir a ellas.

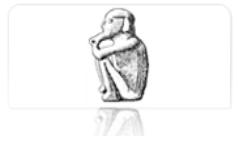
Referencias bibliográficas

- Banda, F. y Jimaima, H. (2015). The semiotic ecology of linguistic landscapes in rural Zambia. *Journal of Sociolinguistics*, 19(5), 643-670. <http://dx.doi.org/10.1111/josl.12157>
- Banda, F. y Mokwena. L. (2006). Commodification of African languages in linguistic landscapes of rural Northern Cape Province, South Africa. *International Journal of the Sociology of Language*, 260, 177-198. <https://doi/10.1515/ijsl-2019-2054/html>
- Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Hasan Amara, M. 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.

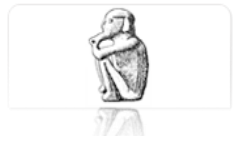
²⁸ El orden que seguimos en la enumeración de las lenguas es alfabético.



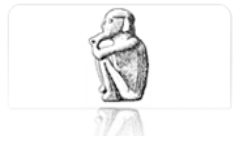
- Blanco, M. (2004). Tierras, crédito y subdivisión de la propiedad rural en el sudeste bonaerense (1940-1960). *Anuario del Centro de Estudios Históricos «Prof. Carlos S. A. Segreti»*, 4(4), 13-36. <https://doi.org/10.52885/2683-9164.v.n4.232171>
- Bróndolo de Mazeris, M. y Zinger de Bilhé, A. (1988). El espacio geográfico. En F. Weinberg (Dir.), *Historia del Sudoeste Bonaerense* (pp. 13-31). Plus Ultra.
- Cabello, R. (2017). *Las manifestaciones escritas plurilingües en el espacio público de la ciudad de Fráncfort* [Tesis de maestría, Universitat de Lleida]. Repositorio institucional UdL. <https://repositori.udl.cat/server/api/core/bitstreams/c96c33f9-70ed-4315-857f-e43d267d3ee6/content>
- Castillo Lluch, M. y Sáez Rivera, D. (2011). Introducción al paisaje lingüístico de Madrid. *Lengua y migración / Language and Migration*, 3(1), 73-88. <https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/10822>
- Comerci, M. E. (2012). Espacios y tiempos mediados por la memoria. La toponimia en el oeste de La Pampa en el siglo XX. *Corpus*, 2(2), s/p. <https://journals.openedition.org/corpusarchivos/816>
- Cuesta, E. (2020). La Estancia de Baring Brothers: La Curamalán. Créditos, propiedad y gestión de una gran estancia en Argentina. En L. Barbagallo y E. Cuesta (Comps.), *Rentabilidad y patrimonio de grandes empresas en Argentina* (pp. 21-54). L&C.
- Decreto-Ley 10081 de 1983. Establece el Código Rural de la provincia de Buenos Aires. 28 de octubre de 1983. B. O. No. 20155.
- Di Tullio, Á. (2003). *Políticas lingüísticas e inmigración. El caso argentino*, Eudeba.
- Doering, A. y Kishi, K. (2022). *What Your Head!:* Signs of Hospitality in the Tourism Linguistic Landscapes of Rural Japan. *Tourism, Culture & Communication*, 22, 127-142. <https://doi.org/10.3727/109830421X16296375579561>
- Fernández Juncal, C. (2019). Paisaje lingüístico urbano y rural: parámetros de caracterización. *Cultura, lenguaje y representación*, XXI, 41-56. <http://dx.doi.org/10.6035/clr.2019.21.3>
- Fontanella de Weinberg, M. B. (1979). *La asimilación lingüística de los inmigrantes. Mantenimiento y cambio de lengua en el sudoeste bonaerense*. Universidad Nacional del Sur.



- Fontanella de Weinberg, M. B. (2000). El español bonaerense. En M. B. Fontanella de Weinberg (Coord.), *El español de la Argentina y sus variedades regionales* (pp. 37-61). Edicial.
- Fotti Berdasco, M.C. (2023). Posicionamientos confrontativos en el paisaje lingüístico de Bahía Blanca. *Revista Digital de Políticas Lingüísticas*, 3, 198-226. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/RDPL/article/view/43154>
- García Douma, S. (2022). *Práctica Profesional Supervisada en el Establecimiento «Lonco Hue»* [Tesis de grado, Universidad Nacional del Sur]. Repositorio institucional UNS. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/6232/SOFIA%20GARCIA%20DOUMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gorter, D. y Cenoz, J. (2015). Linguistic landscapes inside multilingual schools. En B. Spolsky, O. Inbar-Lourie y M. Tannenbaum (Eds.), *Challenges for Language Education and Policy: Making Space for People* (pp. 151-169). Routledge.
- Heller, M. (2003). Commodification, the new economy, and the commodification of language and identity. *Journal of Sociolinguistics*, 7(4), 473-492. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9841.2003.00238.x>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (2024). *Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda 2022*. <https://censo.gob.ar>
- Jaworski, A. y Thurlow, C. (2013). The (De-)Centering Spaces of Airports. Framing Mobility and Multilingualism. En S. Pietikäinen y H. Kelly-Holmes (Eds.), *Multilingualism and the Periphery* (pp. 154-198). Oxford University Press.
- Jiang, X. (2022, 2-4 de abril). *A Review of Researches on Linguistic Landscape*. 5th International Conference on Interdisciplinary Social Sciences & Humanities (SOSHU 2022), Oxford. https://webofproceedings.org/proceedings_series/ESSP/SOSHU%202022/Z2204035.pdf
- Kallen, J. (2009). Tourism and representation in the Irish Linguistic Landscape. En E. Shohamy y D. Gorter (Eds.), *Linguistic Landscape. Expanding the scenery* (pp. 270-283). Routledge.
- Ladilova, A. (2012). *Kollektive Identitätskonstruktion in der Migration. Eine Fallstudie zur Sprachkontaktsituation der Wolgadeutschen in Argentinien*. Peter Lang.



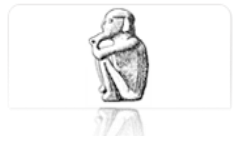
- Landry, R. y Bourhis, R. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality. An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23-49.
<https://doi.org/10.1177/0261927X970161002>
- Lasry, L. (2023). *Usos y valoraciones de la lengua italiana en Bahía Blanca* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional del Sur]. Repositorio institucional UNS.
<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/6698?show=full>
- Lazzari, A. (2010). Autenticidad, sospecha y autonomía: la recuperación de la lengua y el reconocimiento del pueblo rankülche en La Pampa. En G. Gordillo y S. Hirsch (Comps.), *Movilizaciones indígenas e identidades en disputa en Argentina* (pp. 147-172). La Crujía.
- Leimgruber, J. (2019). Montreal's linguistic landscape: Instances of top-down and bottom-up language planning. En M. Castillo Lluch, R. Kailuweit y C. Pusch (Eds.), *Linguistic Landscape Studies: The French Connection* (pp. 163-174). Rombach.
- Ley 10806 de 1989. Establece requisitos para declarar ciudad a pueblos o localidades. Determina los partidos que componen el Conurbano Bonaerense y el Gran La Plata. 30 de agosto de 1989.
Decreto de Promulgación 3950, 19 de septiembre de 1989.
- Ley 13647 de 2007. Crea el Plan de Desarrollo del Sudoeste Bonaerense. 14 de marzo de 2007.
Decreto de Promulgación 455, 3 de abril de 2007.
- Llompart Laigle, C. (2012). Estancias de la Comarca. *Lugares*, 191, s/p.
<https://www.lanacion.com.ar/turismo/estancias-de-la-comarca-nid1964249>
- Lois, C. (2010). Paisajes toponímicos: la potencia visual de los topónimos y el imaginario geográfico sobre la Patagonia en la segunda mitad del siglo XIX. En F. R. de Oliveira y H. Mendoza Vargas (Coords.), *Mapas de metade do mundo. A cartografia e a construção territorial dos espaços americanos* (pp. 317-342). Universidade de Lisboa/Universidad Nacional Autónoma de México.
- López Pascual, J. (2016). ¿'Puerta y puerto del sur argentino'? Matices y debates en la representación de Bahía Blanca (Argentina) en su contexto regional a mediados del siglo XX. *HiSTOReLo*.



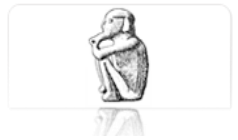
Revista de Historia Regional y Local, 8(15), 270-308.

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/historelo/article/view/51434/10>

- Loth, C.-R. (2016). *The linguistic landscape as construct of the public space: a case study of post-apartheid rural South Africa* [Tesis de Doctorado, University of the Free State]. Repositorio institucional UFS. <https://scholar.ufs.ac.za/items/57acafab-7e06-4416-ad3c-385235c9556b>
- Lou, J. J. (2012). Chinatown in Washington, DC: The Bilingual Landscape. *World Englishes*, 31(1), 34-47. <https://doi.org/10.1111/j.1467-971X.2011.01740.x>
- Mokwena, P. L. (2017). *A social semiotic analysis of the linguistic landscape of two rural district municipalities in the Northern Cape, South Africa* [Tesis de Doctorado, University of the Western Cape]. Repositorio institucional UWC. <https://etd.uwc.ac.za/xmlui/handle/11394/6050>
- Monje, J. (2017). “Hindi Bayani/Not a Hero”: The linguistic landscape of protest in Manila. *Social Inclusion*, 5(4), 14-28. <https://www.cogitatiopress.com/socialinclusion/article/view/1151>
- Moriarty, M. (2015). Indexing authenticity: The linguistic landscape of an Irish tourist town. *International Journal of the Sociology of Language*, 232, 195-214. <https://doi.org/10.1515/ijsl-2014-0049>
- Mühlhäusler, P. y Nash, J. (2016). Signs of/on power, power on/of signs: Language-based tourism, linguistic landscapes and onomastics on Norfolk Island. En G. Puzey y L. Kostanski (Eds.), *Names and Naming. People, Places, Perceptions and Power* (pp. 62-80). Multilingual Matters.
- Myers-Scotton, C. (1997). *Duelling Languages*. Clarendon Press.
- Ordenanza Municipal 19209 de 2018 [Honorable Concejo Deliberante de Bahía Blanca]. Establece las pautas del ejercicio fiscal 2018. 4 de enero de 2018.
- Perrière, H. (2020). Malón de 1859 a Bahía Blanca: memorias conflictivas destinadas a y producidas por estudiantes de la escuela secundaria. *Corpus*, 10(1): s/p. <https://doi.org/10.4000/corpusarchivos.37477>
- Ratto, S. (2015). *Redes políticas en la frontera bonaerense (1836-1873)*. *Crónica de un final anunciado*. Universidad Nacional de Quilmes.



- Reersehmius, G. (2020). Semiotic Rural Landscapes and the Performance of Community in Villages: A Case Study from Low German-Speaking Northern Germany. *Linguistic Landscape*, 6(2), 128-154. <https://doi.org/10.1075/IL.19027.ree>
- Rodríguez Barcia, S. y Ramallo, F. (2015). *Graffiti* y conflicto lingüístico: el paisaje urbano como espacio ideológico. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, 1(25), 131-153.
- Rohmah, Z. y Wijayanti, E. W. N. (2023). Linguistic landscape of Mojosari: Language policy, language vitality and commodification of language. *Cogent Arts & Humanities*, 10(2), 1-14. <https://doi.org/10.1080/23311983.2023.2275359>
- Romero, J. L. (1963). *A History of Argentine Political Thought*. Stanford University Press.
- Sandst, L. y Syrjälä, V. (2020). Proper names in the Linguistic Landscape: theoretical challenges in a multimodal discourse. En M. Löfdahl, M. Waldispühl y L. Wenner (Eds.), *Namn i skrift. Names in Writing* (pp. 337-355). NORNA.
- Saus, M. A. (2018). La ‘britanización’ de Bahía Blanca. Estado, capital global, ferrocarril y espacio local en perspectiva multiescalar. *Revista Universitaria de Geografía*, 27(2), 79-102. <http://www.scielo.org.ar/pdf/reuge/v27n2/v27n2a04.pdf>
- Scavone, S. (2015). *Potencial turístico recreativo de los cursos fluviales que atraviesan la localidad de Tres Arroyos* [Tesis de grado, Universidad Nacional del Sur]. Repositorio institucional UNS. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/3267>
- Schroeder, R. y Formiga, N. (2011). Oportunidades para el desarrollo local: el caso del sudoeste bonaerense (Argentina). *Cuadernos de Geografía. Revista Colombiana de Geografía*, 20(2), 91-109. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v20n2.27183>
- Segrelles Serrano, J. A. (2011). *Características básicas del medio rural*. Material de cátedra, Universidad de Alicante. Consultado el 10 de marzo de 2023. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19094/1/Microsoft%20Word%20-%20TEMAS_3_4.pdf
- Shohamy, E. y Gorter, D. (2009). Introduction. En E. Shohamy y D. Gorter (Eds.), *Linguistic Landscape. Expanding the Scenery* (pp. 1-10). Taylor & Francis.



Sosa, C. (2024). Los nombres de mujer como odónimos bahienses [Tesis de grado, Universidad Nacional del Sur].

Sutherland, P. (2015). Writing system mimicry in the linguistic landscape. *SOAS Working Papers in Linguistics*, 17, 147-167. <https://doi.org/10.25501/SOAS.00040405>

Syrjälä, V. (2022). Linguistic Landscapes in the Stockholm Archipelago: Producing and Reflecting a Sense of Place. *Languages*, 7(37), 1-13. <https://doi.org/10.3390/languages7010037>

Trimano, L. G. (2019). ¿Qué es la *neorruralidad*? Reflexiones sobre la construcción de un objeto multidimensional. *Territorios*, 41, 119-142. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.69511>

Winter-Froemel, E. (2008). Studying loanwords and loanword integration: Two criteria of conformity. *Newcastle Working Papers in Linguistics*, 14, 156-176.

Zabrodskaia, A. y Milani, T. (2014). Signs in context: Multilingual and multimodal texts in semiotic space. *International Journal of the Sociology of Language*, 228, 1-6. <https://doi.org/10.1515/ijsl-2014-0002>



Esta obra está disponible bajo una licencia <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>