



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Trabajo Fin de Grado

**Breve estudio del paisaje
lingüístico en el casco
histórico de Córdoba**

Alumna: Fátima García Campos

Tutora: Prof.a. D.^a Elena Felú Arquiola

Dpto.: Filología Española

Julio, 2019

ÍNDICE

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE.....	4
1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	6
2.1. Objetivos.....	6
2.2. Metodología.....	6
3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PAISAJE LINGÜÍSTICO.....	9
3.1. Definiciones de monolingüismo, bilingüismo o multilingüismo.....	9
3.2. Globalización.....	10
3.3. Concepto de paisaje lingüístico.....	11
3.4. Estudios sobre el paisaje lingüístico.....	13
4. EL PAISAJE LINGÜÍSTICO EN EL CASCO HISTÓRICO DE CÓRDOBA.....	19
4.1. Análisis de datos	19
4.1.1. Datos censales y administrativos	19
4.1.2. Datos sobre la inmigración en Córdoba	20
4.1.3. Datos sobre el turismo	21
4.1.4. Córdoba, una ciudad multilingüe	22
4.1.5. Signos considerados	23
4.1.6. Estudio de caso: los nombres propios	24
4.2. Resultados	26
4.2.1. Lenguas y variedades peninsulares.....	27
4.2.2. Inglés	27
4.2.3. Árabe	28
4.2.4. Algunas lenguas europeas: italiano y francés	29

4.2.5. Latín.....	29
4.2.6. ¿Multilingüismo en la Mezquita?	30
4.2.7. Otros datos.....	30
5. CONCLUSIONES	31
6. BIBLIOGRAFÍA	32
6.1. Bibliografía general.....	32
6.2. Páginas web.....	34
ANEXO I.....	35
ANEXO II	59

RESUMEN

En el presente Trabajo Fin de Grado nos centramos en el paisaje lingüístico (PL) urbano de parte del casco histórico de Córdoba, formado por todos aquellos textos que se encuentran en los entornos públicos. Los estudios sobre el paisaje lingüístico son jóvenes y aún queda mucho por investigar. El objetivo general de este trabajo es analizar los signos teniendo en cuenta las diferentes lenguas y variedades que conviven con el español y analizar las causas del multilingüismo, que es principalmente el turismo. Comenzamos exponiendo una introducción, seguida de los objetivos y la metodología empleada. A continuación, hacemos un breve repaso de los conceptos más generales sobre el PL para finalizar con el resultado de los datos obtenidos.

PALABRAS CLAVE

Paisaje lingüístico, Córdoba (España), multilingüismo, globalización, turismo.

ABSTRACT

Over the following End of Degree Project we are going to focus on the urban linguistic landscape (PL) of part of the historic center of Córdoba, formed by all those texts found in public environments. Studies on the linguistic landscape are young and much remains to be investigated. The general objective of this work is to analyze the signs taking into account the different languages and varieties that coexist with Spanish and analyze the causes of multilingualism, which is mainly tourism. We begin by presenting an introduction, followed by the objectives and the methodology used. Furthermore, we make a brief review of the most general concepts about the PL to finish with the result of the obtained data.

KEY WORDS

Linguistic landscape, Córdoba (Spain), multilingualism, globalization, tourism.

1. INTRODUCCIÓN

El presente estudio se encuadra dentro de las investigaciones sobre el paisaje lingüístico. Esto quiere decir que hemos observado y estudiado los signos escritos en letreros de calles y plazas, rótulos comerciales o de edificios públicos, carteles, pancartas, vallas publicitarias, grafitis, pósteres, escaparates, señales y placas, ya sean públicos o privados. Todo escrito visible desde la vía pública crea el paisaje lingüístico de una ciudad, incluso hay autores que incorporan los elementos auditivos que podemos escuchar en la calle ¿Y por qué estudiarlo? A través del paisaje lingüístico podemos analizar los usos prácticos de la lengua en la actualidad, incluso revelar las intenciones de los creadores de los signos para con el receptor.

Las investigaciones sobre el paisaje lingüístico son recientes y se toma como base de referencia el trabajo de Landry y Bourhis (1997), que fueron los primeros que acuñaron el término de paisaje lingüístico o *landscape*, y que iniciaron una línea de investigación sociolingüística sobre el paisaje lingüístico en la que, a través de todos los signos estudiados, se puede medir y analizar la vitalidad etnolingüística de grupos de población en un territorio. Recientemente, otros investigadores como Gorter (2006), Backhaus (2007) o Gurter (2008) han desarrollado otras vías de investigación que complementan a lo iniciado por Landry y Bourhis.

Por tanto, a través de este breve estudio podremos observar el multilingüismo y la multiculturalidad que tienen lugar en el contexto urbano del casco histórico de Córdoba, limitándonos a aspectos generales, ya que el campo de estudio es vasto.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. Objetivos

El presente estudio de Trabajo Final de Grado tiene como objetivo general analizar el paisaje lingüístico presente en parte del caso histórico de la ciudad de Córdoba con el fin de comprobar la vitalidad etnolingüística de los distintos grupos de población.

En cuanto a los objetivos específicos, con este trabajo pretendemos:

1. Ofrecer una visión panorámica de los principales estudios nacionales e internacionales sobre el paisaje lingüístico desde una perspectiva sincrónica.
2. Aportar conocimientos sobre el paisaje lingüístico (PL) del casco histórico cordobés, teniendo en cuenta las diferentes lenguas y variedades que conviven con el español.
3. Analizar las causas del multilingüismo y la configuración del PL.
4. Presentar los datos obtenidos a través de nuestro corpus fotográfico.

2.2. Metodología

Para lograr los objetivos expuestos, hemos seguido una metodología empírica, de carácter tanto cualitativo como cuantitativo. Según el procedimiento general para este tipo de estudios, hemos creado un corpus de fotografías digitales realizadas con el dispositivo móvil PocoPhone F1, con una cámara dual de 12 Mpx. Junto a la toma de imágenes, realizadas entre mayo y junio de 2019 en horario laboral para obtener un inventario de signos lo más completo posible, pudimos hablar con algunos propietarios y empleados de los diferentes establecimientos donde fotografiábamos los signos, para así obtener una información más profunda. Algunos conversaron relajadamente, interesándose por el tema de estudio, y otros se limitaron meramente a darnos el

consentimiento para fotografiar. Por suerte, no hubo ningún impedimento ni prohibición por su parte¹.

Aun así obviamos hacer una breve encuesta con detalles más precisos sobre los signos para no adentrarnos en cuestiones sociológicas.

El corpus está formado por 91 fotografías (ver Anexo I) de los signos que ocupan el espacio público comprendido en la calles del recinto señalado en el mapa.



(Imagen panorámica de la ciudad de Córdoba: en la parte izquierda se muestra la vista área completa de la ciudad y en la parte derecha se señala en amarillo el perímetro de la zona analizada.)

Elegimos calles al azar, irregulares y estrechas, del casco antiguo, por ser el lugar con mayor flujo de personas de todo Córdoba. Inicialmente tuvimos que acotar el área pensada debido al gran número de signos. Los signos del corpus forman parte de las calles

¹ Hay que comentar que por ley está permitido fotografiar el espacio público mientras no se incumpla el artículo 18 de la Constitución Española y la Ley Orgánica 1/1982 de 5 de mayo de derecho al honor y a la propia imagen: Art.1.3 *“El derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen es irrenunciable, inalienable e imprescriptible. La renuncia a la protección prevista en esta ley será nula, sin perjuicio de los supuestos de autorización o consentimiento a que se refiere el artículo segundo de la ley.”* Cuando hemos encontrado carteles de “Prohibido fotografiar” en algunos establecimientos de comercio minoritario con recuerdos de Córdoba (que no los ampara la ley), los hemos respetado.

de la medina andalusí y del barrio de San Basilio, llegando hasta el límite que separa el barrio histórico de la Villa y el de la Axerquía. Todas ellas son importantes por razones distintas: ya sea por ser una zona residencial, por ofrecer una gran variedad de ofertas gastronómicas, hoteleras, pero, sobre todo, por ser la zona más turística.

Para saber qué idiomas están presentes en el paisaje lingüístico, se distinguen las propiedades lingüísticas y semióticas de los signos. Para ello los hemos codificado en función de las siguientes variables:

- Número de signo: a cada uno se le ha concedido una referencia única identificativa.
- Localización.
- Información de si es un signo público o privado.
- Tipo de establecimiento: tienda de recuerdos, museos-monumentos, cafeterías-heladerías, tiendas de alimentación, bares y restaurantes, alojamientos, librería-prensa, joyerías, teterías, señalética, centros culturales y cajeros automáticos.
- Nombre del establecimiento.
- Tipo de signo: nombre del establecimiento, señalética de la calle, placa de identificación o conmemorativa, pegatina, póster u otro.
- Idiomas en orden de aparición: de izquierda a derecha y de arriba abajo.
- Número de idiomas: puede consistir en un texto completo o en una sola palabra en otro idioma.
- Variación del tamaño de letra: si existe o no variación en el tamaño de textos con más de un idioma.
- Presencia de mezcla de idiomas.

Hemos tomado como base los estudios de Ben-Rafael et al. (2004; 2006) y Cenoz y Gorter (2006). A partir de estos estudios hemos modificado algunos criterios. Además, siguiendo a Cenoz y Gorter (2006), añadimos todos los signos en carteles provisionales y textos de otro tipo no fijos.

En el estudio se incluyen signos del exterior o escaparates de tiendas, así como algún interior de establecimientos; también, los textos rotativos, como menús diarios de restaurantes. En cambio, hemos excluido elementos de productos exhibidos en escaparates como etiquetas de botellas de aceite o vino.

3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PAISAJE LINGÜÍSTICO

3.1. Definiciones de monolingüismo, bilingüismo o multilingüismo

Antes de adentrarnos en los estudios sobre el paisaje lingüístico es necesario aclarar algunos términos que son inherentes al ámbito de estudio de este trabajo.

Las nociones de monolingüismo, bilingüismo o multilingüismo han recibido gran atención por parte de la bibliografía especializada y poseen una variedad de definiciones e implicaciones teóricas. Para no adentrarnos en cuestiones complejas que dilatarían el fin de este trabajo, nos limitaremos a ofrecer una explicación escueta pero suficiente para comprender estos términos.

Con *multilingüismo*, el usuario común de la lengua puede estar refiriéndose a cuántas lenguas habla un individuo (es decir, su conocimiento de idiomas) o a cuántas lenguas se hablan en una sociedad o un territorio. Sin embargo, en la comunidad científica se prefiere hablar de *plurilingüismo* o *bilingüismo* (equilibrado –*ambilingüismo*- o desequilibrado, esto es, con prevalencia de una lengua por encima de otra) con respecto al primer nivel –es decir, el multilingüismo individual- mientras que se reserva el término *multilingüismo* para lo relativo al segundo nivel, al ámbito de lo social o lo territorial (Fishman 1968, 1969, 1972; Clyne 1997, citado por Pons 2012: 20).

Abreviando la idea general, según López Morales (2015), denominamos *multilingües* a aquellas situaciones en las que conviven lenguas diferentes en los mismos territorios y entre los mismos hablantes.

Siguiendo con la definición de monolingüismo, Pons (2012: 20) añade:

Cuando aludimos al monolingüismo, sí podemos apuntar, en cambio, hacia ambas realidades: el individuo monolingüe y el territorio (zona, región, estado) con solo una lengua.

Y continúa esclareciendo:

Por otra parte, bajo el multilingüismo laten hechos muy distintos: a veces realidades llamadas *multilingües* no lo son exactamente. Así, el multilingüismo oficial puede ser en realidad un reparto de una nación en diferentes territorios monolingües (ocurre, en Suiza o Canadá). Por otro lado, los territorios multilingües pueden tener monolingüismo funcional, o sea, la llamada *diglosia* por la que cada una de las lenguas habladas por los ciudadanos se liga a una esfera de uso distinta (por ejemplo, una lengua para la comunicación familiar y otra para los medios de comunicación y la comunicación formal) Pons (2012: 20).

Si echamos la vista hacia atrás a lo largo de la historia, podemos ver que Europa ha sido un continente multilingüe, pues se han dado numerosas contiendas y colonizaciones. Solamente en la península Ibérica han vivido desde vascos, fenicios, griegos, tartesos, turdetanos, romanos, suevos, alanos, vándalos, visigodos y árabes entre otros, y en varios momentos de la historia han confluído, por lo que el multilingüismo ha sido un hecho real desde varios siglos atrás. Aunque, como bien comenta Pons (2012), en la actualidad el continente europeo es más multilingüe que antes y lo es por factores sobrevenidos y no propios.

3.2. Globalización

La globalización es un cimiento de especial relevancia para fundamentar los estudios sobre el paisaje lingüístico. Según Pons (2012: 33), “el término globalización es reciente y con él se ha tendido a calificar un hecho iniciado en el segundo milenio: el comportamiento expansivo [...] de igualación entre sociedades”.

Según los datos consultados recientemente en *Ethnologue* (2019), en el mundo existen 7.111 lenguas a día de hoy. Esta cifra fluctúa constantemente, puesto que las lenguas están vivas y algunas se encuentran en peligro, ya que su número de hablantes es inferior a 1.000. Mientras tanto, solo 23 idiomas son hablados por más de la mitad de la población mundial.

¿Realmente vivimos en una sociedad monolingüe? Seguramente si se lo preguntamos a cualquier persona de cierta edad que nos encontremos por la calle, pueda decir que sí. No somos conscientes de que estamos rodeados de otras lenguas, incluso de que las usamos habitualmente en nuestro vocabulario. Nuestra sociedad está en constante cambio y en las últimas décadas ha dado paso a un multilingüismo que podemos apreciar en todos los ámbitos de nuestra vida. Este desarrollo puede haberse dado por dos razones: en primer lugar, porque el mundo está inmerso en un proceso migratorio importante y de ahí que muchas ciudades se están volviendo multilingües; en segundo lugar, el proceso de globalización que estamos viviendo, convirtiendo al inglés en la lengua franca de nuestro mundo.

Los factores del proceso de *globalización* son variados: además de los citados anteriormente, Clyne (1997: 302) añade otros factores como el colonialismo y la convivencia en fronteras internacionales. Por su parte, Cenoz y Gorter (2008: 1) señalan también, entre otros, “la utilización de otras lenguas como parte del currículum escolar”

y los “movimientos religiosos que implican el desplazamiento de personas a otros países” (Cenoz y Gorter, 2008: 1, citados por Pons 2012: 29-30).

La globalización aumenta el multilingüismo y las lenguas más beneficiadas son las más internacionales como el inglés, el español, el francés, el alemán o el chino. Según Martínez de Marigorta (2016: 7), estas lenguas son aquellas que pertenecen a comunidades que en el pasado fueron lenguas propias de las antiguas y actuales potencias coloniales, hecho que agrava la brecha entre las llamadas “Grandes lenguas” y las “Lenguas minorizadas”.

3.3. Concepto de paisaje lingüístico

Por paisaje lingüístico se entiende todas las muestras lingüísticas que se encuentran en el entorno público, es decir, está conformado por todos los rótulos comerciales, conmemorativos, vallas publicitarias, carteles, letreros luminosos, escaparates, etc...desde instituciones públicas como privadas.

El término apareció por primera vez en inglés (*linguistic landscape*) en el trabajo de los profesores Landry y Bourhis (1997) titulado “Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study” (*Journal of Language and Social Psychology*). En él estudiaron “la percepción de la francofonía que tenía un grupo de estudiantes canadienses observando las actitudes que despertaba en ellos la visión de publicidad o señalización vial.” (Pons 2012: 55). Para los autores el paisaje lingüístico consistía en lo siguiente: “The language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government building combines to form the LL of a given territory, region, or urban agglomeration. The LL of a territory can serve two basic functions: an informational function and a symbolic function” (Landry y Bourhis 1997: 25).

Estos estudios marcaron un hito en la sociolingüística al relacionar el concepto de paisaje lingüístico con el de *vitalidad etnolingüística*. Landry y Bourhis describen la vitalidad etnolingüística como un conjunto de “factores socioestructurales que afectan a la habilidad de un grupo para su comportamiento y supervivencia en cuanto a entidad colectiva activa y distinta” en contextos multilingües (1997: 30). En ese sentido, manifiestan que el paisaje lingüístico puede indicar el poder o el estatus de las comunidades lingüísticas que conviven en un territorio (1997: 29).

Otra definición interesante es la que hace Luna Villalón (2013: 11):

Los paisajes lingüísticos son una muestra de una práctica cultural de lectoescritura donde los propietarios de negocios o los representantes de instituciones comunitarias o públicas tienen, hasta cierto punto, agentividad para decidir qué mensaje comunicar, como comunicarlo y qué lengua –o lenguas- usar para hacer llegar su mensaje al consumidor de determinados bienes o servicios.

Es decir, el paisaje lingüístico es un reflejo de nuestra sociedad y, según Muñoz Carrobes (2010: 104-105), puede hacerse la siguiente clasificación: a) un paisaje causado por un bilingüismo social, como es el caso de ciudades oficialmente bilingües, en el que la mayoría de rótulos y carteles se encuentran escritos en los idiomas oficiales; b) un paisaje causado por la llegada de inmigrantes de países con otras lenguas que han alterado de manera parcial determinadas áreas urbanas donde la comunidad de habla inmigrante se encuentra presente; c) un paisaje causado por el cosmopolitismo y la globalización que sufren las ciudades occidentales y se ve reflejado en el PL, donde el inglés resulta vencedor, ya que es la lengua de la banca internacional y del comercio. También tiene presencia el francés, lengua asociada a la moda, al lujo y a lo exquisito, y el italiano, lengua ligada a la moda y a la gastronomía. Utilizar estas lenguas en las ciudades del mundo produce la sensación de cosmopolitismo, pues la lengua extranjera se asocia al refinamiento y al prestigio; d) por último lugar, un paisaje causado por el turismo, que va íntimamente ligado al caso anterior, y es que por la gran cantidad de turistas que reciben, es lógico que sus negocios lo adapten con muestras en lengua extranjera.

Por último, es preciso conocer cuál es la unidad básica de análisis en las investigaciones sobre el paisaje lingüístico. Una de las definiciones más seguidas es la de Backhaus, quien lo especifica como “any piece of written text within a spatially definable frame, regardless of size or salience” (2006: 55). Félez Vicente (2017: 206) añade que “los signos del PL están materializados por escrito, lo que quiere decir que son signos que utilizan un sistema gráfico concreto, pero que pueden tener huellas de la oralidad y, por lo tanto, dar lugar a errores propios del hablar oral, innovaciones léxicas, rasgos interlingüísticos, etc., que no aparecen en otros textos que están sometidos a una presión normativa. Así mismo, estos signos de PL pueden ser un indicio del grado de alfabetización de una sociedad, de la cultura escrita que ha alcanzado un idioma e, igualmente, de la presencia de hablantes extranjeros en una localidad”.

3.4. Estudios sobre el paisaje lingüístico

El paisaje lingüístico es un tema de estudio relativamente nuevo y es susceptible de múltiples análisis posibles (Weightman 1988, Gorter 2006: 88), pero ha sido su vertiente pública y social la que ha suscitado la mayor atención entre investigadores de diversas disciplinas como la psicología social, la sociología, la antropología, la geografía social y la semiótica.

Durante años los trabajos sobre las lenguas de comercios o señales públicas no se agrupaban bajo un perfil de estudio, de hecho se le prestó poca atención académica. Spolky (2009) recogió bajo el nombre de *prolegómenos* toda una lista de trabajos tempranos sobre la signación pública que trabajaron desde los años setenta del siglo XX la situación de ciudades como Tokio y el panorama de entornos oficialmente bilingües pero desequilibrados en su reparto lingüístico, como Bruselas o Jerusalén (Pons, 2012: 61-62). Aunque el trabajo de los profesores Landry y Bourhis (1997) no resultó pionero en su totalidad, sí que lo fue por la utilización de la designación de *linguistic landscape*. Adquirió especial relevancia a partir de este trabajo por constituir una base teórica edificada sobre datos empíricos. Al igual que Polsky (2009), Edelman (2010: 7) enumera algunos de los trabajos previos como los de Rosenbaum et al. (1977) que determinaron la prominencia de escritura romana en señales de una calle concurrida en Jerusalén, Israel. También Tulp (1978) investigó la distribución geográfica de las carteleras publicitarias francesas y holandesas en municipios de Bruselas, Bélgica. Monnier (1989) realizó una encuesta sobre el uso del lenguaje en carteles de tiendas de Montreal, Canadá o como Calvet (1990) comparó los paisajes lingüísticos de la capital francesa y la capital senegalesa de Dakar.

En el caso de España, Castillo y Sáez (2011: 74) muestran *los prolegómenos* que constituyen los estudios sobre otras lenguas diferentes del castellano desde un punto de vista sociolingüístico.

Actualmente y con un modelo científico más definido, el número de investigaciones ha aumentado y se pueden diferenciar dos grupos de estudios: investigaciones sobre el PL y estudios a partir del análisis del PL. Resume esta idea muy bien Franco Rodríguez (2007: 2-3) catalogando en el primer grupo a los estudios centrados en las repercusiones socioculturales del PL y la política lingüística sobre PL en un lugar determinado. Estas repercusiones son examinadas en términos de vitalidad

etnolingüística en contactos bilingües o multilingües. Entre los trabajos más importantes de este primer grupo destacan por ejemplo el realizado sobre el francés en Louisiana (Landry et al. 1996) o el inglés y el francés en Canadá (Landry y Bourhis 1997), entre otros.

Clasifica en el segundo grupo a las investigaciones que mayormente ofrecen análisis cuantitativos y descriptivos de la distribución de lenguas en un PL específico. Dentro de este grupo se distinguen tres líneas de análisis; la primera tiene como objeto de estudio dos o más comunidades lingüísticas en contacto, cuya interpretación de los resultados está ligada a factores como la identidad étnica, la vitalidad lingüística y el impacto de políticas lingüísticas. Un ejemplo de esta línea de investigación lo tenemos con el estudio del neerlandés y frisón en los Países Bajos, y el español y el vasco en el País Vasco (Cenoz y Gorter 2006); la segunda línea de análisis mide la presencia de lenguas globales (mayormente en inglés) al lado de otras lenguas en el PL de una localidad específica como resultado de la globalización. Un ejemplo de este tipo de estudios que se ha realizado en Japón (Backhaus 2005, 2007); y por último, la tercera línea de análisis se centra en la descripción de los rasos lingüísticos visibles en el PL como resultado de la interferencia entre lenguas. Un ejemplo es el de Bosch i Rodoreda (1998) que estudia la influencia del italiano en el catalán de Alguer (Cerdeña).

Retomando el estudio de los profesores Landry y Bourhis, comentado en el punto anterior, es interesantísimo explicar que para ellos el paisaje lingüístico de un territorio debe cumplir dos funciones básicas: una función informativa y una función simbólica, sobre todo en territorios bilingües o multilingües. La función informativa más básica del paisaje lingüístico es que sirve como un marcador del territorio habitado por una comunidad lingüística determinada. Si en los signos públicos un idioma prevalece por encima de otro u otros, está cumpliendo la función informativa e indicando que ese idioma en cuestión se puede emplear tanto para comunicarse como para hacer uso de otros servicios en establecimientos públicos o privados que se encuentren en ese territorio. Cada vez es más extraño encontrarnos con un territorio lingüístico homogéneo y el PL nos proporciona esa información sobre la composición sociolingüística que habita en ese territorio, reflejando la diversidad de los grupos lingüísticos presentes. Como afirma Bourhis, el predominio de una lengua en relación con otros idiomas puede reflejar el poder relativo y el estado de los grupos lingüístico en competencia. Es decir, nos encontraremos la mayoría de los signos escritos en el idioma dominante, mientras que

será menor el número de signos públicos en el que esté presente el idioma de los grupos lingüísticos más débiles. Si, por ejemplo, nos encontramos en una situación de diglosia en un entorno bilingüe o multilingüe, será el PL quien nos proporcione información sobre la relación de poder y estado que existe. En este sentido, Landry y Bourhis reivindican como fundamental a la hora de estudiar el PL el distinguir entre signos públicos y privados. Los signos públicos o gubernamentales muestran que el estado a través de la lengua utilizada en su PL deja claro cuál es el poder del grupo lingüístico dominante. En cambio, no puede ejercer control sobre el lenguaje de los signos privados, ya que entonces censurarían la libertad de expresión del individuo que ha creado el signo. Es interesante comentar que en la mayoría de los casos son los signos privados los que muestran una mayor diversidad de idiomas. Sociolingüísticamente son estos signos los que reflejan de manera más realista la naturaleza multilingüe de una región o territorio. En cuanto a la función simbólica, Bourhis explica como la ausencia o presencia de una lengua en el PL influye en cómo se siente uno como miembro de un grupo lingüístico. La inclusión del lenguaje en los signos públicos cumple una función simbólica con una carga afectiva y que complementa la función informativa del PL, ya que encontrarte tu propio idioma en signos públicos, sobre todo, y privados junto a otros idiomas da la sensación de que tu idioma tiene valor y estatus en relación con los otros idiomas. Según Bourhis, Giles y Rosenthal (1981), la noción de PL también puede vincularse con el concepto de vitalidad etnolingüística objetiva y subjetiva. Es decir, la prevalencia de una lengua dentro del grupo de signos públicos simboliza su fortaleza e indica que el propio grupo lingüístico ha obtenido cierta medida de control institucional dentro de sectores clave de la economía, en el sector de la educación, la sanidad o los medios de comunicación, entre otros. Por el contrario, si un lenguaje dentro de un grupo es excluido del PL transmite un mensaje de que el lenguaje propio no se valora o tiene poco estatus dentro de la sociedad. La ausencia de la lengua minoritaria en los signos públicos puede hacer que los activistas ejerzan presión a las autoridades para que sí incluyan su lengua en los signos gubernamentales. Normalmente suelen mostrarse a través de grafitis, pegatinas, etc. Este tipo de actos se han producido en territorios como el País Vasco, en Cataluña y en otras zonas del mundo.

Por otro lado, en España también han surgido estudios del PL como el de Lola Pons sobre el PL de Sevilla, el de Castillo y Sáez sobre Madrid, el de Cenoz y Gorter sobre el PL de dos calles distintas en Donostia y Ljouwert o el de investigadores que han

estudiado el PL en español en otros estados o países como Franco Rodríguez o Luna Villalón, entre otros.

En primer lugar, hablaremos del estudio de Castillo y Sáez (2011) titulado “Introducción al paisaje lingüístico de Madrid” publicado en la *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana (RILI)*. En él presentaron lo novedoso del PL en el ámbito de la investigación sociolingüística y en particular en la rama de la lingüística de la migración, dejando claro que el estudio del PL es un campo interdisciplinar y que no solo interesa hacer un análisis gramatical de los signos, sino que ponen el foco de atención en como el PL representa la construcción de una sociedad.

Para llevar a cabo el estudio secundan una metodología de recogida y presentación de un corpus fotográfico en las que aparecen 35 lenguas. Las fotografías recopiladas corresponden a distintas zonas y barrios de Madrid, y las clasifican siguiendo a Backhaus (2007). Lo novedoso y original de este estudio es la clasificación de irregularidades del PL según la distribución geográfico-urbana del PL de Madrid. Según Backhaus (2007) este era uno de los factores que había que tener en cuenta a la hora de estudiar el PL de una ciudad. Por consiguiente, los autores aíslan cinco patrones recurrentes de distribución del PL de Madrid en:

- 1) Monopoly: haciendo referencia a las grandes y principales calles comerciales donde la mayoría de los signos se encuentran en español o en lenguas occidentales de prestigio.
- 2) Gueto: zonas acotadas por las calles principales con numeroso PL en otras lenguas o variedades americanas, como por ejemplo el barrio de Usera, una especie de Chinatown madrileño compartido con población latina.
- 3) Variantes progresivas o boca del lobo: una variante de la progresiva guetización de PL no hispánico a zonas casi cerradas y reconocibles como un territorio ajeno al mayoritario.
- 4) Moteado: dispersión del PL inmigrado por toda la ciudad, como es el caso de los negocios chinos.
- 5) Paisaje lingüístico silencioso o silenciado: ocurre cuando a pesar de la presencia registrada de población inmigrante, no se documente PL llamativo no hispánico.

Los autores concluyen el estudio relacionando estos patrones de distribución con los diferentes modos de aculturación. Dejan claro que los tres primeros patrones son indicativos de cierta *separación*, el moteado con *integración* y el paisaje lingüístico silenciado o silencioso con la *asimilación*.

En segundo lugar, hablaremos del libro de Lola Pons (2012) titulado *El paisaje lingüístico de Sevilla*, un extenso y completo trabajo sobre el PL sevillano dividido en seis capítulos que orientan y explica a la perfección de forma sencilla. El primer capítulo trata toda la teoría necesaria para llevar a cabo el proyecto, desde el multilingüismo a través de la historia hasta escrutar aspectos sociopolíticos; en el segundo capítulo, presenta la información para entender el concepto de PL; el tercer capítulo ofrece una síntesis de los resultados de su investigación; en el cuarto y el quinto desglosa las lenguas y variedades encontradas en los signos escritos de la ciudad, su tipología y rasgos específicos. Termina el libro con unas conclusiones que recapitulan todo lo tratado y haciendo unas cuestiones que quedan abiertas para futuras investigaciones.

En tercer lugar, mencionamos el trabajo realizado por Cenoz y Gorter (2006) titulado *Linguistic Landscape and Minority Languages*. En este estudio investigan el PL presente en dos calles de ciudades tan distinta como son Donostia (en el País Vasco) y Ljouwert (Holanda). Los autores prestan especial interés en cómo se gestionan las lenguas minorizadas (vasco y el frisio) frente a las lenguas estatales (español y el holandés).

Por último, señalamos un ejemplo de estudios sobre el PL en español en otras ciudades como es el caso de Luna Villalón (2013) *El uso del español en el paisaje lingüístico en una pequeña ciudad canadiense*. En este trabajo, la autora explica cómo Canadá se encuentra constituida por una población multicultural y, por tanto, con muchos grupos etnolingüísticos. Es cierto que esta multiculturalidad que propicia el multilingüismo se suele dar en ciudades grandes y no en áreas rurales. Es frecuente encontrar junto al inglés y al francés, que son las lenguas oficiales, PL en otras lenguas minoritarias y no oficiales como son el español, el chino mandarín o el árabe. Por lo tanto en este estudio la autora trabaja la función simbólica del PL que presentaron los profesores Landry y Bourhis (1997). Muestra como Canadá recibe un número elevado de inmigrantes y estudia el caso de la ciudad de Leamington, en Ontario, donde llegan muchos inmigrantes de tipo transitorio, sobre todo procedentes de México y Jamaica, es decir, para temporadas donde las empresas y cultivos necesitan un exceso de mano de obra. Se analiza el caso del español que es un grupo lingüístico discriminado por parte de los

signos gubernamentales. Luna Villalón selecciona distintos signos en español de las calles principales de la ciudad y no lo hace de forma casual, pues es precisamente en esa zona donde el PL es diferente al resto de la ciudad, lo que hace que esa zona a través del PL marque ciertas fronteras etnolingüísticas y sociales como afirmaba Huebner (2006).

4. EL PAISAJE LINGÜÍSTICO DEL CENTRO HISTÓRICO DE CORDÓBA

En este punto vamos a describir el área elegida sobre la que hemos realizado el estudio, aportando datos sobre distintos aspectos como la población, los factores del multilingüismo, etc., y mostrando, por último, los resultados.

Es importante saber, en relación al PL, como bien apunta Pons (2012: 102), que a diferencia de otras zonas españolas en las que existe una lengua vernácula, concomitante con el español, que se trata de proteger, hacer visible o equiparar con este en el paisaje lingüístico, en la ciudad de Córdoba no existe regulación específica de tipo lingüístico para la rotulación publicitaria y comercial.

4.1. Análisis de datos

4.1.1. Datos censales y administrativos

La zona de estudio ha sido la ciudad de Córdoba, concretamente parte del casco histórico. Córdoba es capital de la provincia homónima y municipio español en la Comunidad Autónoma de Andalucía, situada en una depresión a orillas del Guadalquivir y al pie de Sierra Morena. Con 325.916 habitantes en 2018, es la tercera ciudad más grande de Andalucía tras Sevilla y Málaga, y la duodécima de España.

Es la única ciudad del mundo con cuatro declaraciones de Patrimonio de la Humanidad. Es conocida también como la ciudad de las tres culturas, pues durante algún tiempo convivieron pacíficamente árabes, judíos y cristianos. Las raíces de Córdoba, como núcleo de población, se remontan al III milenio a.C., aunque la fundación de la ciudad tuvo lugar a mediados del siglo II a. C. por el pretor Claudio Marcelo. Cuenta en su patrimonio con la mezquita más grande del mundo, así como con uno de los cascos antiguos más grandes de Europa. La zona estudiada se encuentra ubicada en el centro geográfico de la ciudad. Las antiguas murallas son los elementos que delimitan el conjunto histórico y han permitido que permaneciera intacto frente a diferentes ensanches urbanísticos sucedidos a finales del siglo XIX. Se creó de este modo un anillo alrededor del centro histórico que lo protege de los fenómenos urbanísticos de Córdoba².

En cuanto a la población del casco antiguo, se sitúa aproximadamente en los 37.000 habitantes³. Actualmente este casco antiguo se encuentra inmerso en un proceso

² Vía Gerencia Municipal de Urbanismo, Ayuntamiento de Córdoba www.gmucordoba.es

³ 37.765 habitantes según el padrón de 1993, pues no hemos encontrado datos actualizados.

de despoblamiento importante. En la década de los sesenta, el casco histórico contaba con más de 70.000 habitantes, lo cual casi duplicaba a la población del último padrón y representaba un 37% del total de la población cordobesa. El despoblamiento ha ido de la mano del envejecimiento de los habitantes. Jóvenes y personas de mediana edad han ido abandonando el casco antiguo y no se ha ido incorporando nueva población. La falta de servicios o dotaciones básicas como comercios, guarderías, centros de salud, etc. sumado a la mala accesibilidad de sus calles hace al centro poseedor de una estructura demográfica envejecida. Nos resulta interesante resaltar que el caso del casco antiguo de Córdoba es un poco diferente a los cascos antiguos de algunas ciudades. Otros cascos antiguos han sufrido el despoblamiento, sobre todo por lo comentado anteriormente, pero se han ido poblando de grupos de inmigrantes, personas con bajos recursos económicos u okupas, pues o las viviendas tienen un bajo coste o directamente están en ruinas. En Córdoba, tantos los grupos de inmigrantes o minorías y las familias de bajos recursos económicos viven en los barrios periféricos, pues el casco histórico está fuertemente protegido de cara al turismo. Al ser el imán de la economía cordobesa, aunque exista despoblamiento, adquirir una vivienda tiene un elevado coste.

4.1.2. Datos sobre la inmigración en Córdoba

En los últimos años Andalucía ha sido destino de inmigración. El volumen de población extranjera residente en Córdoba no es tan elevado como en otras provincias españolas. Los únicos datos sobre inmigración que tenemos son aportados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) y por el Instituto de Estadística de Andalucía (IEA). No sabemos con exactitud si estas cifras difieren mucho de la realidad, puesto que solo está reflejada la población regularizada que cuenta con los papeles y trámites necesarios para formar parte del padrón municipal. Según estos datos, la población extranjera en Córdoba es muy escasa: los extranjeros empadronados apenas suponen el 3,4% del total de población. En Córdoba a fecha de 1 de enero de 2018, según el INE, hay un total de 22.828 extranjeros censados, siendo esta la provincia de Andalucía que menos población de otros países tiene empadronada y, según el IEA, correspondiente al año 2018 hay un total de 20.601 extranjeros siendo la segunda provincia con menos extranjeros empadronados, tras Jaén (ver tabla 1 en Anexo II).

Gran parte de los extranjeros en Córdoba son comunitarios. Por países, la mayoría proceden de Rumanía y otros países más cercanos, como Portugal, Francia e Italia. Nos llama la atención que a pesar del escaso porcentaje de inmigrantes censados en Córdoba,

muchos de los establecimientos ubicados en el conjunto histórico de la ciudad tienen como propietario a un inmigrante empadronado en Córdoba. No hemos podido obtener un dato oficial sobre el número total o el porcentaje de personas no nacidas en España que ostenta una empresa en el casco histórico. Es un fenómeno común en los países europeos que los inmigrantes llegados recurran al autoempleo como método para esquivar una realidad hostil. Hemos observado que estos negocios tienen bajas barreras para el emprendimiento, lo que les permite a los inmigrantes (que a menudo tienen poco capital financiero o estudios homologados en España) iniciar sus negocios de manera eficiente.

Basándonos en nuestra observación, así como en breves conversaciones informales con los dueños de algunos de estos establecimientos, podemos concluir que los árabes son los más osados a la hora de emprender. Principalmente ocupan su actividad en teterías, restaurantes de comida turca y comercios minoristas de recuerdos artesanales. En la misma línea, hemos encontrado algunos inmigrantes asiáticos que se dedican, en su mayoría, a la venta de todo tipo de productos alimenticios y bebidas en pequeños establecimientos. En este sector hemos percibido que trabajan y se comunican con los clientes sin apenas conocimiento del español. Como expresa Pons (2012: 90), dentro del colectivo de extranjeros asentados, es necesario separar por su presencia en el paisaje lingüístico, nivel de segregación con respecto al resto de población y prácticas sociales, a los extranjeros provenientes de países ricos y a aquellos provenientes de otras zonas de menor solidez económica.

En resumen, observamos que aunque existen diversas causas para que exista un multilingüismo evidente, vemos cómo el español, al ser la lengua oficial, predomina sobre el resto de idiomas presentes. Eso sí, el inglés le sigue los pasos al español como lengua vehicular en este mundo globalizado. Finalmente y como curiosidad a tener en cuenta, el bajo porcentaje de inmigración en Córdoba no constituye un factor determinante en el bilingüismo de la ciudad, aunque suma.

4.1.3 Datos sobre el turismo

Tras consultar indicadores turísticos locales, los análisis son bastante favorables y convierten a Córdoba en uno de los principales destinos del panorama nacional turístico. Córdoba atrae a millones de turistas al año con 1.616.706 pernoctaciones anuales. En las procedencias se observa el predominio numérico de los españoles sobre los extranjeros, suponiendo los primeros el 52,14% de los visitantes y los segundos el 47,86%. El turismo

emisor extranjero ha sufrido un incremento del 3,48% con respecto al año 2016, representando actualmente el 47,86% de los turistas que nos visitan. Dentro de este el predominio numérico corresponde a los turistas procedentes de los países de la Unión Europea, que suponen el 57,72% del total de turistas extranjeros en Córdoba. Los cuatro principales países europeos emisores de turistas hacia Córdoba fueron Francia, Italia, Alemania, y Reino Unido con un 14,55%, 8,76%, 8,40% y 7,23% respectivamente y concentran casi el treinta y nueve por ciento del turismo comunitario en Córdoba. Respecto a los dos principales mercados extracomunitarios, República China y EEUU, hay que decir que Estados Unidos alcanzó el 8,49% del total de turistas extranjeros. La sexta posición la alcanza República China que representa un total del 8,48%. Otros mercados internacionales como son Australia, Japón, Europa del Este, etc. representan el 25,31% de nuestros visitantes extranjeros⁴.

Estos magníficos datos obtenidos hacen del casco histórico de Córdoba el lugar idóneo para investigar el uso de idiomas de tan variada índole. Cada día, las calles del conjunto histórico son visitadas por miles de turistas y es entonces cuando los numerosos elementos lingüísticos entran en acción. Cada elemento intenta expresar una identidad de empresa y pretende diferenciarse de la competencia mostrando alguna singularidad en el uso de su signo con el fin de atraer al turista a su negocio. De nuevo, como hemos observado, el uso del inglés, al ser un idioma valorado muy positivamente por el turista y que goza de gran prestigio, está muy presente en el conjunto histórico.

4.1.4. Córdoba, una ciudad multilingüe

El multilingüismo está presente en casi todos los rincones del planeta y Córdoba no iba a ser una excepción, aunque es cierto que no es tan presente ni genera problemas como en territorios donde hay bilingüismo o multilingüismo oficial. Los dos factores principales que influyen en Córdoba son la inmigración y el turismo. En la actualidad, con las cifras de migración aportadas y el peso del sector turístico en la economía cordobesa, el PL es mucho más heterogéneo.

Lamentablemente no constan datos censales disponibles sobre los idiomas hablados por la población de Córdoba, pero sí podemos sacar alguna conclusión sobre la diversidad lingüística analizando los países de origen de los inmigrantes censados. Poco más del tres por ciento de los cordobeses censados son inmigrantes (INE) siendo Rumanía

⁴ Datos obtenidos a través del INE y su encuesta sobre ocupación hotelera (EOH) www.ine.es

el principal país de procedencia de extranjeros residentes en Córdoba con un 11,52% del total de inmigrantes. A pesar de este dato, este grupo étnico tiene poca visibilidad en el PL, ya que como le pasa a otros migrados de Europa del Este, suelen usar su idioma en carteles privados donde anuncian ofertas de trabajo, en comercios regentados y frecuentados por inmigrantes o en actos exclusivos para su comunidad, lo que da a entender que tienen claro a quién quiere que le llegue el mensaje de este tipo de signos y por lo tanto, pasa inadvertido para cualquier transeúnte común.

Por otro lado, actualmente es un hecho que el multilingüismo viene en parte promovido por el papel del inglés como principal lengua vehicular del mundo. Es el idioma extranjero más predominante en las academias de idiomas de la ciudad y cada día son más los que continúan su aprendizaje fuera de las aulas, en el trabajo y en su tiempo libre a través de la música, internet o televisión. A esto hay que sumar el auge de la educación bilingüe en todos los ámbitos y niveles de formación.

Hay que añadir que cada vez más tomamos contacto con otras nuevas lenguas como es el francés, el alemán o el chino. Las nuevas generaciones están totalmente concienciadas con este fenómeno. Sin embargo, a pesar de lo que *a priori* pueda parecer, la opinión pública sobre el multilingüismo sigue siendo ambivalente, puesto que aunque la mayoría lo ven como un activo, aún queda parte de la población que lo ve como un problema. Ser fluido en inglés, alemán o francés o en cualquier idioma de los globales occidentales se considera un recurso comunicativo y un añadido a la hora de optar a un buen puesto de trabajo. Sin embargo por otro lado, un sector de la población aún no valora la coexistencia de lenguas minoritarias como algo positivo. En determinadas ocasiones lenguas como el árabe y el rumano son considerados como obstáculos para la integración en la sociedad cordobesa.

4.1.5. Signos considerados

Es necesario acotar los signos elegidos como emisores de PL, puesto que no todo el paisaje textual es relevante a tales efectos. Pons expone esta idea de forma muy clara:

si hablamos de “lengua cuyo canal es el espacio público”, ¿debemos incluir como paisaje lingüístico la ropa de un motorista, o a la rotulación con que ha adornado su vehículo?, ¿es paisaje lingüístico una octavilla publicitaria en el suelo, una bolsa acarreada por un paseante? En suma, ¿es paisaje lingüístico todo lo lingüístico que alcanza nuestra vista?, ¿dónde poner el límite? (Pons 2012: 110).

Landry y Bourhis (1997) establecían la fijación del signo como un criterio básico de delimitación, aunque su propuesta incluía señalética, vallas publicitarias o rótulos comerciales entre otros. Otros estudios posteriores han ampliado o restringido esta lista de fuentes.

Como mostrábamos en la metodología, nuestras fuentes portadoras de signos lingüísticos son la señalética vial, signos estáticos, incluidos los signos semimóviles como pizarras o paneles publicitarios, rotulación comercial, placas conmemorativas y también signos de tipo no fijo. Debemos recordar que el carácter del paisaje lingüístico es efímero, y hay signos como los grafitis, los carteles privados o anuncios particulares que son temporales y por lo tanto tienen una vigencia limitada.

4.1.6. Un estudio de caso: los nombres propios

Los textos en el paisaje lingüístico a menudo contienen nombres propios, como los nombres de tiendas, marcas e incluso nombres de productos. Está comprobado que los nombres juegan un papel muy importante en la publicidad. Aunque existen otros elementos como ilustraciones, direcciones o números de teléfonos, el nombre es el elemento lingüístico central de un anuncio y el que con más frecuencia podemos hallar en un idioma extranjero.

Después de callejear por el casco histórico para intentar entender el propósito del uso de nombres propios en establecimientos similares, hemos llegado a la conclusión de que la elección del uso de un nombre propio ya sea combinado o no con otro texto te cambia la percepción sobre lo que te vas a encontrar de puertas hacia adentro.

A continuación vamos a ver la importancia de los nombres propios en el paisaje lingüístico desde diversas perspectivas: utilización de nombres propios como distintivo de calidad, como transmisor de información objetiva y como elemento fundamental en la configuración de un paisaje lingüístico.

En primer lugar, vamos a demostrar la importancia del uso de nombres propios como elemento diferenciador. En este ejemplo, vamos a analizar tres joyerías que dadas su ubicación, es probable que compartan clientes potenciales. Así pues, vemos como “*Joaquín Espaliú Silver Jewelry*” y “*Ana Martina Silver Workshop*” utilizan nombres propios para dar una imagen de exclusividad y calidad a sus joyerías frente a su competidor más directo como puede ser “*Plata cordobesa*” (véanse ref. 8 y 71 en el anexo

D). A este fenómeno hay que sumarle que los dos primeros ejemplos acompañan los nombres propios con el uso del inglés. Podemos afirmar que el objetivo es dar prestigio a su nombre comercial para que los clientes asocien la combinación del inglés como lengua de prestigio, con el uso de un nombre propio como un distintivo de calidad. De esta manera muchos clientes se decantarán por entrar en estos establecimientos frente a los de su competencia.

En segundo lugar vemos cómo los nombres propios son particularmente adecuados para transmitir información objetiva. En este caso nos encontramos con “*Qurtubah Cafe & Restaurant*” o “*Restaurante damasquino Halal* (دامسك ڤنو مطعم حلال)” frente a “*Bar Miguelito*”, donde podemos intuir sin leer la carta, el tipo de cocina que nos vamos a encontrar en cada uno de estos sitios, simplemente por el nombre propio usado en nombre de su negocio. Una función importante de los nombres propios es transmitir una emoción. Usando un nombre propio para apelar a las emociones de los clientes solo por el hecho de estar en otro idioma. Utilizan la función simbólica del PL que formularon Landry y Bourhis (1997).

Por último, vamos a ver cómo el uso de un nombre propio puede afectar a la diversidad lingüística de un entorno. El hotel *Maimónides* es un alojamiento, cuyo nombre propio es de origen Egipcio en memoria del filósofo, médico, rabino y teólogo Maimónides nacido en esta ciudad. ¿Esto implica al ser Maimónides un nombre propio egipcio que deberíamos tratarlo como un signo egipcio?, ¿o forma parte del lenguaje que acompaña a ese nombre propio?, ¿deberían los nombres propios ser clasificados por idioma? Las respuestas a estas preguntas tienen bastantes implicaciones a la hora de clasificar los signos, ya que se sale de la investigación del paisaje lingüístico para adentrarnos en la etimología de las palabras o nombres que contienen los diferentes signos encontrados. También, tenemos que tener en cuenta que en esta ocasión nosotros nos hemos percatado de esta singularidad, pero siempre va a depender de los conocimientos de los que realicen el estudio de recogida de datos. En este caso concretamente no ha sido difícil distinguir esta peculiaridad dada la importancia de Maimónides, pero seguro que otros ejemplos se nos han pasado por alto al no conocer la etimología de sus palabras.

¿Cómo clasificamos los nombres propios? Lo que está claro es que esta clasificación no es tarea fácil, puesto que un nombre puede ser considerado por el investigador dentro del idioma de origen y otro puede argumentar que ese nombre propio los podemos asignar a cualquier idioma dependiendo del contexto donde nos lo

encontremos. Este criterio dará lugar a resultados distintos, ya que si tenemos en cuenta la etimología de los nombres propios, nos encontraremos con un paisaje más multilingüista. En esta investigación vamos a tratar los nombres como parte del lenguaje que los acompaña y hay que adaptarlos a los diferentes contextos: Maimónides es Maimónides en cualquier idioma que el lector entienda.

4.2. Resultados

Como hemos podido comprobar, existe un paisaje lingüístico muy rico en el casco histórico de Córdoba. La lengua más presente y frecuente con diferencia es el español, predominando en más de la mitad de los signos analizados (72 %) (véase gráfica 1 en anexo II). Le sigue el inglés, con un 45% de presencia. Por detrás, aparecen lenguas globales europeas como el francés (10%), el alemán (7%), el italiano (7%), que están relacionadas principalmente con el turismo. También encontramos lenguas no europeas como el chino mandarín (7%) o el árabe (10%). Estas han sido las lenguas más destacadas, pero han aparecido un total de 16 lenguas en los signos analizados. Estos son de mayor a menor en cuanto al porcentaje de aparición: español, inglés, francés, árabe, italiano, alemán, chino mandarín, latín, ruso, hebreo, euskera, catalán, polaco, sueco, noruego y gallego.

Para cuantificar el multilingüismo existente se ha investigado una variedad de signos importante en el entorno más multicultural de Córdoba. Se analizaron 91 signos aplicando once criterios que incluían características lingüísticas (idiomas utilizados, presencia de traducciones), semióticas (orden de aparición de los distintos idiomas) y otras características como pueden ser el carácter público o privado del signo.

1. ¿Hasta qué punto el paisaje lingüístico en el casco histórico refleja el habla de la comunidad que está empadronada allí? ¿Refleja este paisaje el habla de toda la ciudad de Córdoba? ¿Podemos decir que ese paisaje se adecúa más con los visitantes, transeúntes y turistas que pasean por sus calles?
2. A raíz de las reflexiones anteriores ¿podemos afirmar que el turismo es el factor más determinante en las lingüísticas y semióticas de los signos que conforman el paisaje lingüístico del casco histórico?

A continuación vamos a exponer algunos casos para así analizar cuáles son las lenguas presentes en el paisaje lingüístico del casco histórico de Córdoba y comprobar la vitalidad etnolingüística.

4.2.1. Lenguas y variedades peninsulares

Por un lado hemos encontrado rasgos del español hablado en Córdoba en su paisaje lingüístico. El español hablado en Andalucía se considera una variedad del estándar y menos prestigiosa que el español castellano-nordesteño. En el caso de los signos que hemos encontrado parece ser unas muestras de escritura deliberada de andalucismo fónico, cuya escritura de estos rasgos es voluntaria y que se ha usado para marcar el tipismo andaluz, reforzando la trascendencia identitaria de palabras que enfatizan en lo castizo del lugar en la decoración y en el ambiente en general. (véanse ref. 37 y39).

Como era de esperar, la aparición de las lenguas cooficiales en España es extraño. Solo encontramos rasgos del catalán, del gallego y del euskera en los idiomas ofrecidos por un cajero automático (ref. 79) y un caso más del euskera (ref. 90) en un cartel de un bar de pinchos típicos del País Vasco, un claro ejemplo de signo con función simbólica.

También hemos encontrado signos del español antiguo en azulejos toponímicos que indican el nombre de una calle o plaza, como por ejemplo en las ref. 41-91, donde observamos la rotulación moderna y la conservación de la placa antigua. Además, hemos encontrado placas que conmemoran hechos solemnes o a personajes ilustres (ref. 44-82-88). Es reseñable que todos los motivos religiosos que encontramos aparezcan en español actual o en español antiguo (ref. 25-29-40), a excepción de un caso que comentaremos más adelante.

Por último, casi toda la señalética que nos hemos encontrado ha sido en español, tanto en signos públicos como privados y combinando con el latín que hacía referencia a fecha. (ref. 6-7-50-54-61-62).

4.2.2. Inglés

El inglés es la lengua más frecuente en los signos no españoles del PL de Córdoba. Una parte considerable de los signos del corpus (aproximadamente uno de cada tres) aparece en inglés. Hay muchas razones posibles para el uso de esta lengua en el PL. Por un lado, el idioma se puede utilizar para dirigirse a casi todos las nacionalidades de turistas que nos visitan, ya que se adquiere como segunda lengua en muchos países del mundo. Por otro lado, podemos considerar que el uso del inglés en determinadas ubicaciones tiene una connotación positiva en el receptor del mensaje y le aporta prestigio a lo que el emisor quiere transmitir.

Es utilizado tanto en signos públicos como en privados, ya sea de manera bilingüe español/inglés (ref. 4-19-20), como en otras combinaciones multilingües diferentes (ref. 16-53-55) y otros muchos casos en los que ha aparecido solo en inglés (ref. 8-21-26-34). Al ser una lengua global y de prestigio va a aparecer en numerosas marcas globales comerciales (ref. 60-64-76).

4.2.3. Árabe

El caso del árabe es similar al del chino, con mínima presencia en los signos públicos pero bastante en los privados. La presencia del árabe se ha visto reflejado en restauración y servicios turísticos como esperábamos, pero además es común localizarlo en salones de té (ref. 43-84). Conversando con algunos inmigrantes de origen árabe que regentan estos establecimientos pudimos concluir que su uso está más enfocado al marketing. Nos comentaron que el porcentaje de árabes que visitan sus establecimientos es muy bajo y que no podrían cuantificarlo en una cifra o porcentaje. También nos comentaron que los árabes que degustan sus productos son turistas en su gran mayoría y que es extraño encontrar a un inmigrante afincado en Córdoba que visiten este tipo de establecimientos.

Hallamos también muestras del árabe en rótulos informativos de casas-museos (ref. 47-49) y bastantes establecimientos utilizaron la grafía latina pero con rasgos de las grafías árabes para así dotar de cierto exotismo sus rótulos comerciales y por ende los productos que ofrecen (Ref. 42-46).

Otro caso llamativo que nos encontramos en relación con el árabe fue la presencia en algunos establecimientos de restauración del signo “*Halal*” (ref. 52):

“Los usos de la palabra *halal* varían significativamente entre las comunidades de habla árabe y las de otras lenguas. En los países musulmanes, el término se usa para describir toda práctica permisible por la ley islámica, teniendo un significado más acotado al literal, traducible como permisible. Ello incluye todo lo relacionado con el comportamiento, el lenguaje, la vestimenta, los modales y las leyes dietéticas. Sin embargo, en los países donde no se habla árabe, el término se reduce en la mayoría de los casos a las leyes alimenticias islámicas, especialmente en cuanto a carne y aves se refiere, aunque también se usa en sentidos más generales”⁵

⁵ Consultado en www.wikipedia.org

Al signo lo acompaña su nombre original escrito en árabe (حلال) en la parte superior. Justo debajo nos encontramos con su grafía latina para la comprensión de los practicantes de la religión musulmana que no sean arabófonos. En la parte superior nos encontramos la grafía árabe en un tamaño de fuente mayor que la grafía latina que se encuentra justo debajo. En ambos idiomas, el texto está escrito en verde. Es probable que no sea una coincidencia puesto que el color verde es el más generalizado como símbolo en el Islam. Mahoma adoraba al mismo y portaba regularmente prendas de este color, además el color verde es mencionado de forma frecuente en el Corán. El mensaje está dentro de una estrella de ocho puntas conocida como estrella de Abderramán I, primer emir independiente de Al-Ándalus, quien la popularizó por todo el Mediterráneo, África y Europa.

Lo consideramos como un signo muy interesante que representa no solo una lengua minoritaria sino que engloba también a toda una religión. El signo en su conjunto mostraría una identidad colectiva como es el pueblo islámico debido a sus propiedades lingüísticas y semióticas (como ya apuntó Ben-Rafael 2009).

4.2.4. Algunas lenguas europeas: italiano y francés.

En nuestro estudio hemos percibido muy pocos signos en italiano. Esta lengua se suele vincular con el buen gusto por la moda o en negocios de restauración (*pizzerías*, heladerías o cafeterías) (ref. 1-70-72-85).

En cuanto al francés, también ha tenido poca visibilidad en los signos, de hecho pensábamos que era una de las lenguas más sobresalientes. Es cierto que quedó atrás el auge que tuvo en décadas anteriores cuando se estudiaba como segunda lengua frente al inglés. Solo lo hemos encontrado en signos multilingües con varios idiomas en cartas de restauración, en audioguías, alguna tienda de recuerdos, en distintivos turísticos y en un cajero automático (ref. 9-16-23-53-75).

4.2.5. Latín

La principal fuente de latinismos se encuentra en placas e inscripciones en el exterior de recintos religiosos cristianos. El latín se usó como lengua culta y es común encontrarla en otro tipo de inscripciones no religiosas. Aunque no visitamos la parte romana del casco histórico, encontramos algunos restos del latín tallados en piedra, pero también en placas conmemorativas o placas con función informativa con números

romanos. Hay que tener en cuenta que el latín fue lengua de prestigio y que las muestras que podamos encontrar no tienen por qué corresponder a la época romana (ref. 2-48-51).

4.2.6. ¿Multilingüismo en la Mezquita?

El caso de la Mezquita nos llamó poderosamente la atención debido al enorme impacto que genera este maravilloso monumento en el ámbito económico, social y turístico. En el año 2017, más de 1.900.000 personas la visitaron (Observatorio Turístico de Córdoba, 2018), siendo uno de los monumentos más visitados de toda España. Es el mayor recurso turístico con el que cuenta Córdoba y, junto a la Alhambra, es el monumento más importante de todo el occidente islámico.

A pesar de su repercusión, todos los signos que hemos encontrado en el monumento están disponible solo en dos idiomas: el español y el inglés. ¿Cuáles pueden ser las causas de la escasa variedad lingüística en el edificio más importante de Córdoba? Hay que destacar que solo el servicio de audioguía lo podemos encontrar en más idiomas (ref. 73-74-75).

4.2.7. Otros datos

Este apartado es una miscelánea de cuestiones que no quería dejar pasar. Por un lado quería comentar que apenas hemos observado faltas de ortografía en español, a excepción de los rasgos que comentamos en el apartado 4.2.1. sobre el uso voluntario de andalucismos, algunas palabras sin acentuar y de un caso de ultracorrección.: “Bacalado de Bilbado” (ref. 17), que también puede ser una chanza.

Hemos hallado un signo con mezcla de idiomas (inglés y español) (ref. 80) en el que se intenta transmitir un propósito informativo y simbólico. En cuanto a la función informativa, el elevado número de turistas que pasean cerca del establecimiento ha hecho que tenga que ofrecer sus servicios en otro idioma para llegar al mayor número de público, pero desde la función simbólica quiere recrear cosmopolitismo, lo moderno y lo exclusivo.

5. CONCLUSIONES

Cuando andamos por la calle no reparamos en la cantidad de lenguas y mensajes que nos rodean. A través de este estudio hemos podido observar que “una ciudad puede ser vista también como un gran texto [...] nuestro trabajo ha querido buscar las páginas de ese texto, juntar las piezas, describirlo y adentrarse en quién lo ha escrito y por qué” (Pons 2012: 27).

Mediante el estudio del paisaje lingüístico hemos adquirido claves para comprender que todo texto escrito y visible al público puede ser estudiado desde varias disciplinas y que es mucho más complejo de lo que aparenta. Al centrarnos en esta zona de la ciudad hemos dejado atrás otra configuración de paisaje lingüístico diferente donde los grupos lingüísticos minoritarios tienen una mayor participación.

Hemos comprobado que el turismo es un factor importante en el multilingüismo del centro histórico, pero que hubiera sido mucho más rico si en él hubieran convivido grupos étnicos diferentes.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía general

Backhaus, Peter. (2005) "Multilingualism in Tokyo: A look into the Linguistic Landscape", *International Journal of the Sociology of Language*, 175:176, pp. 103-121.

Backhaus, Peter. (2007) *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*. Clevedon, Buffalo, Toronto: Multilingual Matters.

Ben-Rafael, Eliezer et al. (2006) "Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel". *International Journal Of Multilingualism*, 3, pp. 7-30.

Bosch i Rodorela, Andreu. (1998) "L'ús del català i la interferència lingüística en la publicitat visual y la retolació comercial i institucional de l'Alguer", *Revista de lengua i dret*, 30, pp. 105- 145.

Bourhis, Richard Y., Giles, Howard., & Rosenthal, Doreen. (1981) "Notes on the constructions of a "Subjective vitality questionnaire" for ethnolinguistic groups", *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 2, pp. 145-155.

Calvet, Louise-Jean. (1990) "De mots sur les murs: Une comparaison entre Paris et Dakar", *Des langues et des villes (Actes du colloque international à Dakar)*, pp. 73-83.

Castillo Lluch, Mónica & Sáez Rivera, Daniel. (2011) "Introducción al paisaje lingüístico de Madrid", *Lengua y migración*, 3:1, pp. 73-88.

Cenoz, Jasone & Gorter, Durk. (2006) "Linguistic landscape and minority languages", *International Journal of Multilingualism*, 3:1, pp. 67-80.

Edelman, Loulou. (2010) *Linguistic Landscape in the Netherlands: A Study of Multilingualism in Amsterdam and Friesland*. Utrecht: Lot.

Felez Vicente, María. (2017) "El paisaje lingüístico de Zaragoza a través de los barrios de La Magdalena y El Gancho", *Archivo de Filología Aragonesa*, 73, pp. 203-233.

Franco Rodríguez, José M. (2007) "El español en el Condado de Miami-Dade desde su paisaje lingüístico", *Lingüística en la red*, 5, pp. 1-29.

García Marcos, Francisco. (1999) *Fundamentos críticos de sociolingüística*. Almería: Universidad de Almería.

- Gorter, Durk. (2006) *Linguistic landscape: a new approach to multilingualism*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Huebner, Thom. (2006) “Bangkok’s linguistic landscape: Environmental print, code-mixing and language change”, *International Journal of Multilingualism*, 3:1, pp. 31-51.
- Landry, Rodrigue & Bourhis, Richard. (1997) “Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: an empirical study”, *Journal of Language and Social Psychology*, 6, pp. 23-49.
- López Morales, Humberto. (2015) *Sociolingüística*. Madrid: Gredos.
- Luna Villalón, María Eugenia. (2013) “El uso del español en una pequeña ciudad canadiense”, *Estudios de lingüística aplicada*, 58, pp. 9-27.
- Martínez de Marigorta Varela, Leire. (2016) “Dinámica de las lenguas en contacto: el paisaje lingüístico del casco viejo de Vitoria-Gasteiz”, *Departamento de Lingüística y Estudios Vascos*.
- Monnier, Daniel. (1989) *Langue d’accueil et langue de service dans les commerces à Montréal*. Quebec: Conseil de la langue française.
- Muñoz Carrobles, Diego. (2010) “Breve itinerario por el paisaje lingüístico de Madrid”, *Ángulo Recto. Revista de estudios sobre la ciudad como espacio plural*, 2:2, pp. 103-109.
- Pons Rodríguez, Lola. (2012) *El paisaje lingüístico de Sevilla: lenguas y variedades en el escenario urbano hispalense*. Sevilla: Diputación Provincia de Sevilla, Servicio de Archivo y Publicaciones.
- Rosebaum, Yehudit. et al. (1977) “English on Keren Kayemet Street”, *The spread of English: The sociology of English as an additional language*. Rowley, MA: Newbury House, pp. 179-194.
- Spolky, Bernard. (2009) “Prolegomena to a sociolinguistic theory of public signage”, *Linguistic Landscape: Expanding the scenery*, Elena Shomany y durk Gorter (eds.), 25-39. New York: Routledge.
- Tulp, Stella. (1978) “Reklame en tweetaligheid: Een onderzoek naar de geografische verspreiding van franstalige en nederlandstalige affiches in Brussel”, *Taal en Sociale Integratie*, 1, pp. 261-288.

Weightman, Barbara A. (1988) "Sign geography", *Journal of Cultural Geography*, 9:1, pp. 53-70.

6.2. Páginas web

<https://www.ethnologue.com>

<https://www.gmucordoba.es>

<https://www.ine.es>

<https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia>

<https://www.rae.es>

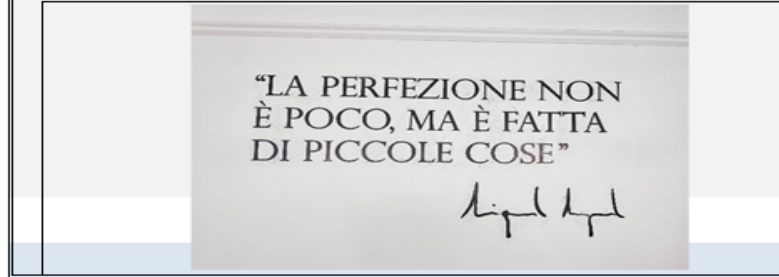
<https://www.wikipedia.org>

ANEXO I
CORPUS FOTOGRAFICO

Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Cafetería Roma
Localización	C/ Gregorio Marañón esq C/Dr. Jiménez Díaz
Tipo de establecimiento	Cafetería / Heladería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	-
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-1



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Cafetería Roma
Localización	C/ Gregorio Marañón esq C/Dr. Jiménez Díaz
Tipo de establecimiento	Cafetería / Heladería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	3
Orden de los idiomas	Español, Latín, Inglés
Variación del tamaño de fuente	Si.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-2



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Agencia de viajes Reina Tour
Localización	C/ Gregorio Marañón esq C/Dr. Fleming
Tipo de establecimiento	Agencia de viajes
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-3



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Hostel Puerta de la luna
Localización	Calleja de la Luna
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-4



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Hostel Puerta de la luna
Localización	Calleja de la Luna
Tipo de establecimiento	Alojamiento
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Inglés, Español
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-5

**Seleccione en la Celda F2 la referencia**

Nombre del establecimiento	-
Localización	Calleja de la Luna
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-6

**Seleccione en la Celda F2 la referencia**

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Villaceballos
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-7

**Seleccione en la Celda F2 la referencia**

Nombre del establecimiento	Ana Martina Silver Workshop
Localización	C/ Tomás Conde, 9
Tipo de establecimiento	Joyería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-8



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Ana Martina Silver Workshop
Localización	C/ Tomás Conde, 9
Tipo de establecimiento	Tienda de recuerdos
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Francés
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-9



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Abanicos Disimusa
Localización	C/ Tomás Conde, 8
Tipo de establecimiento	Tienda de recuerdos
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Inglés
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

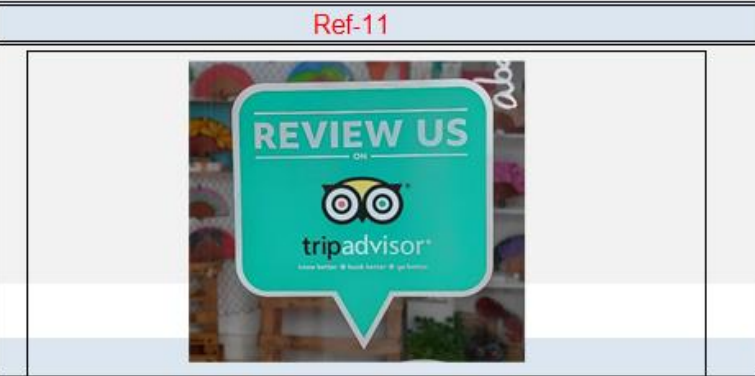
Ref-10



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Abanicos Disimusa
Localización	C/ Tomás Conde, 8
Tipo de establecimiento	Tienda de recuerdos
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Inglés
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-11



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Cosmopolitan Food
Localización	Plaza de Judá Levi, s/n
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés
Variación del tamaño de fuente	Sí
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-12



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Albergue Inturjuven Córdoba
Localización	Plaza de Judá Levi, s/n
Tipo de establecimiento	Alojamiento
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Inglés
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-13



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Bar Miguelito
Localización	C/ Acera pintada, 8
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-14



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Sinagoga
Localización	C/ Manriquez, 8
Tipo de establecimiento	Tienda de recuerdos
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Inglés
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-15



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Alcorce
Localización	C/ Manriquez, 11
Tipo de establecimiento	Centro cultural
Público o privado	Privado
Número de idiomas	4
Orden de los idiomas	Español, Inglés, Francés, Alemán
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-16



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Freiduría El Cartuchito
Localización	C/ Manriquez, 12
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-17



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	El Patio Cordobés Restaurante
Localización	C/ Manriquez, 3
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-18



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	El Patio Cordobés Restaurante
Localización	C/ Manriquez, 3
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	3
Orden de los idiomas	Español, Inglés, Francés.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-19



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	El Patio Cordobés Restaurante
Localización	C/ Manriquez, 3
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-20



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Cosmopolitan Food
Localización	Plaza de Judá Levi, s/n
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Inglés
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-21



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	El Patio Cordobés Restaurante
Localización	C/ Manriquez, 3
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés
Variación del tamaño de fuente	Sí
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-22



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Baraka
Localización	C/ Manriquez, s/n
Tipo de establecimiento	Tienda de recuerdos
Público o privado	Privado
Número de idiomas	5
Orden de los idiomas	Español, Chino, Alemán, Francés, Inglés.
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-23



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Restaurante Damasquino Halal
Localización	C/ Lucano, 19
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Árabe.
Variación del tamaño de fuente	Sí
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-24



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento Los patios de la marquesa

Localización C/ Manriquez, 4

Tipo de establecimiento Señalética

Público o privado Privado

Número de idiomas 1

Orden de los idiomas Español

Variación del tamaño de fuente -

Presencia de mezcla de idiomas -

Ref-25

**Seleccione en la Celda F2 la referencia**

Nombre del establecimiento Cashmere House

Localización C/ Medina y Corella, s/n

Tipo de establecimiento Tienda de recuerdos

Público o privado Privado

Número de idiomas 1

Orden de los idiomas Inglés

Variación del tamaño de fuente -

Presencia de mezcla de idiomas -

Ref-26

**Seleccione en la Celda F2 la referencia**

Nombre del establecimiento Athara

Localización C/ Manriquez, 15

Tipo de establecimiento Tienda de recuerdos

Público o privado Privado

Número de idiomas 1

Orden de los idiomas Inglés

Variación del tamaño de fuente -

Presencia de mezcla de idiomas -

Ref-27

**Seleccione en la Celda F2 la referencia**

Nombre del establecimiento Athara

Localización C/ Manriquez, 15

Tipo de establecimiento Tienda de recuerdos

Público o privado Privado

Número de idiomas 1

Orden de los idiomas Español

Variación del tamaño de fuente -

Presencia de mezcla de idiomas -

Ref-28



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Deanes, s/n
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-29

**Seleccione en la Celda F2 la referencia**

Nombre del establecimiento	Miguel Martín Montero
Localización	C/ Deanes, 18
Tipo de establecimiento	Tienda de recuerdos
Público o privado	Privado
Número de idiomas	6
Orden de los idiomas	Italiano, Ruso.
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-30

**Seleccione en la Celda F2 la referencia**

Nombre del establecimiento	Miguel Martín Montero
Localización	C/ Deanes, 18
Tipo de establecimiento	Tienda de recuerdos
Público o privado	Privado
Número de idiomas	3
Orden de los idiomas	Inglés, Francés, Español.
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-31

**Seleccione en la Celda F2 la referencia**

Nombre del establecimiento	Art-Joy
Localización	C/ Deanes, 16 A
Tipo de establecimiento	Joyería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Inglés
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-32



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Souvenirs El Rosario
Localización	C/ Deanes, 16
Tipo de establecimiento	Tienda de recuerdos
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-33



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	La boutique del aceite
Localización	C/ Deanes, 12
Tipo de establecimiento	Tienda de alimentación
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-34



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Casa Qurtubah
Localización	C/ Céspedes, 8
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-35



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Herbolario Titi & Carpi
Localización	C/ Deanes, 1
Tipo de establecimiento	Tienda de alimentación
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-36



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Taberna "El Burlaero"
Localización	C/ Deanes, s/n
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-37



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	RMR Regalos de Córdoba
Localización	C/ Deanes, 4
Tipo de establecimiento	Tienda de recuerdos
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-38



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Taberna Rafaé
Localización	C/ Deanes, 2
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-39



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Buen Pastor, s/n
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-40



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Buen Pastor, 19
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-41



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Platería Califal
Localización	C/ Buen Pastor, 19
Tipo de establecimiento	Joyería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-42



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Salón del té
Localización	C/ Buen Pastor, 13
Tipo de establecimiento	Tetería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Árabe.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-43



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Buen Pastor, s/n
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-44



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Minimarket Judería
Localización	C/ Conde y Luque, 5
Tipo de establecimiento	Tienda de alimentación
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2 (*11)
Orden de los idiomas	11 idiomas
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-45



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	La esquinita de la judería
Localización	Plaza Agrupación de Cofradías , 15
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-46



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Samuel de los Santos Gener, s/n
Tipo de establecimiento	Centro cultural
Público o privado	Público
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Árabe.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-47



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Casa árabe
Localización	C/ Samuel de los Santos Gener, 9
Tipo de establecimiento	Centro cultural
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-48



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Casa árabe
Localización	C/ Samuel de los Santos Gener, 9
Tipo de establecimiento	Centro cultural
Público o privado	Público
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Árabe.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-49



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Casa árabe
Localización	C/ Samuel de los Santos Gener, 9
Tipo de establecimiento	Centro cultural
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-50



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Casa árabe
Localización	C/ Samuel de los Santos Gener, 9
Tipo de establecimiento	Centro cultural
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Latín.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

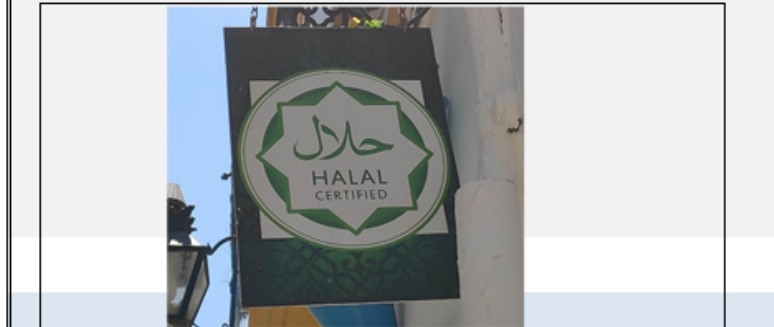
Ref-51



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Taberna El patio andaluz
Localización	C/ Velázquez Bosco, 4
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Árabe, Inglés.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-52



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Taberna El patio andaluz
Localización	C/ Velázquez Bosco, 4
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	7
Orden de los idiomas	Italiano, Ruso, China.
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-53



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Velázquez Bosco, 6
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-54



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Meryan, Cueros de Córdoba
Localización	C/ de las Flores, 2
Tipo de establecimiento	Tienda de recuerdos
Público o privado	Privado
Número de idiomas	7
Orden de los idiomas	Hebreo, Alemán, Chino.
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-55



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	El armario de Dara
Localización	C/ Velázquez Bosco, s/n
Tipo de establecimiento	Tienda de recuerdos
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Chino.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-56



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Velázquez Bosco, s/n
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-57



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Extra Virgin Olive Oil
Localización	C/ Cardenal Herrero, s/n
Tipo de establecimiento	Tienda de alimentación
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Inglés.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

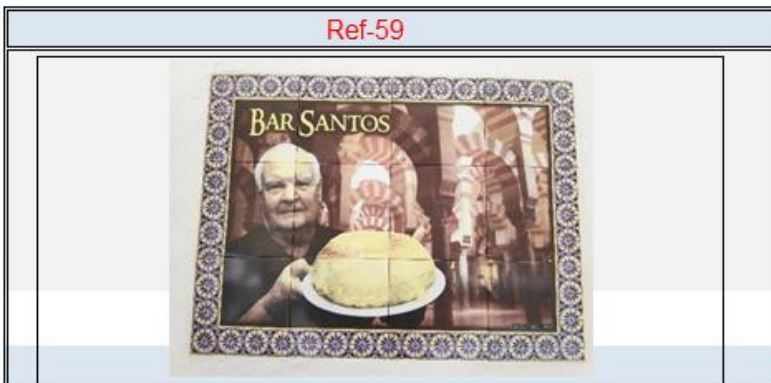
Ref-58



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Bar Santos
Localización	C/ Magistral González Francés, 3
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

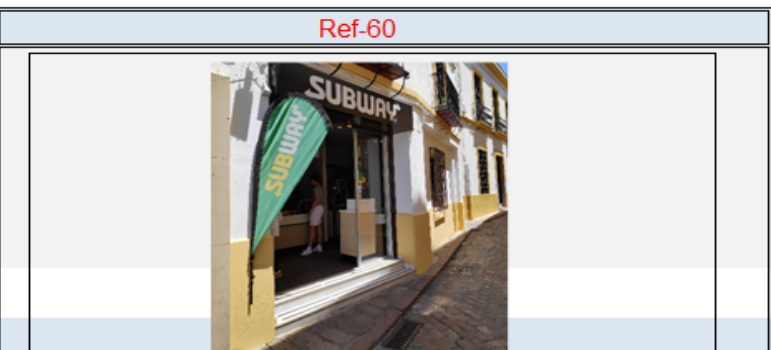
Ref-59



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Subway
Localización	C/ Martínez Rucker, 4
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Inglés.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-60



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Martínez Rucker, 5
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-61



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Martínez Rucker, 6
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-62



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Restaurante "Los tres califas"
Localización	C/ Martínez Rucker, 6
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	5
Orden de los idiomas	Italiano.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-63



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	Plaza Cruz del Rastro
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-64



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	Plaza Cruz del Rastro
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Inglés, Español.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-65



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	Plaza Cruz del Rastro
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-66



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	Plaza Cruz del Rastro
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-67



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Canadian Rio
Localización	Ronda de Isasa, 4
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Inglés, Español.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-68



Seleccione en la Celda F2 la referencia

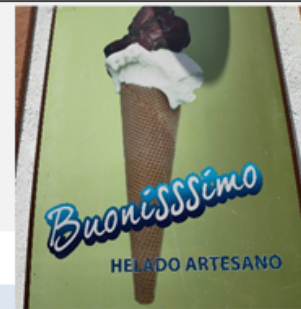
Nombre del establecimiento	El laberinto
Localización	Ronda de Isasa, 4
Tipo de establecimiento	Librería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés.
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-69

**Seleccione en la Celda F2 la referencia**

Nombre del establecimiento	Buonissimo
Localización	Ronda de Isasa, 2
Tipo de establecimiento	Cafetería / Heladería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Italiano, Español.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-70

**Seleccione en la Celda F2 la referencia**

Nombre del establecimiento	Joaquín Espaliú Silver Jewelry
Localización	Ronda de Isasa, 12
Tipo de establecimiento	Joyería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Inglés.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-71

**Seleccione en la Celda F2 la referencia**

Nombre del establecimiento	Gelateria Carte D'or
Localización	C/ Torrijos, 8
Tipo de establecimiento	Cafetería / Heladería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Italiano.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

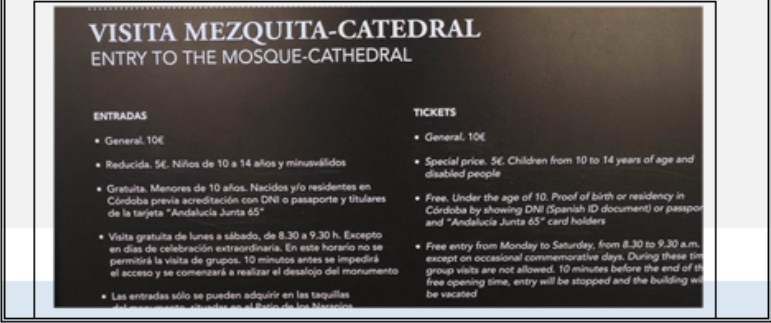
Ref-72



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Mezquita-Catedral de Córdoba
Localización	C/ Cardenal Herrero, 1
Tipo de establecimiento	Monumento
Público o privado	Público
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-73



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Mezquita-Catedral de Córdoba
Localización	C/ Cardenal Herrero, 1
Tipo de establecimiento	Monumento
Público o privado	Público
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés.
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-74



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Mezquita-Catedral de Córdoba
Localización	C/ Cardenal Herrero, 1
Tipo de establecimiento	Monumento
Público o privado	Público
Número de idiomas	2 (*7)
Orden de los idiomas	7 idiomas).
Variación del tamaño de fuente	Sí.

Ref-75



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Burger King
Localización	C/ Cardenal Herrero, 12
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Inglés.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-76



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Hotel Maimónides
Localización	C/ Torrijos, 4
Tipo de establecimiento	Alojamiento
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-77



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Heladería La Lechera
Localización	C/ Torrijos esq C/ Cardenal Herrero
Tipo de establecimiento	Cafetería / Heladería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-78



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Judería, 8
Tipo de establecimiento	-
Público o privado	Privado
Número de idiomas	11
Orden de los idiomas	Catalán, Alemán, Gallego, Ruso,
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-79



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Viandas
Localización	C/ Judería, 6
Tipo de establecimiento	Tienda de alimentación
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Español, Inglés.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	Sí.

Ref-80



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	El zoco Maimónides
Localización	C/ Tomás Conde, 5
Tipo de establecimiento	Tienda de recuerdos
Público o privado	Privado
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-81



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	Plaza de Maimónides, s/n
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Árabe, Español
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-82



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Al-Iksir Museo de la Alquimia
Localización	C/ Judios, 14
Tipo de establecimiento	Centro cultural
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-83



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Paloma Blanca Tetería
Localización	C/ Puerta de Almodovar, 6
Tipo de establecimiento	Tetería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Árabe, Español
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-84



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Séneca Café
Localización	C/ Judíos, 2
Tipo de establecimiento	Cafetería / Heladería
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Italiano, Español.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-85



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Cairouan
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-86



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Cairouan
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español.
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-87



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Cairouan
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	Público
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Árabe, Español.
Variación del tamaño de fuente	Sí.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-88



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Churrería Santos Mártires
Localización	C/ Campo Santo de los Mártires, s/n
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	3
Orden de los idiomas	Español, Inglés, Chino.
Variación del tamaño de fuente	No.
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-89



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	Los patios de la marquesa
Localización	C/Manriquez, 4
Tipo de establecimiento	Bar / Restaurante
Público o privado	Privado
Número de idiomas	2
Orden de los idiomas	Euskera y Español
Variación del tamaño de fuente	sí
Presencia de mezcla de idiomas	No.

Ref-90



Seleccione en la Celda F2 la referencia

Nombre del establecimiento	-
Localización	C/ Deanes, 18
Tipo de establecimiento	Señalética
Público o privado	-
Número de idiomas	1
Orden de los idiomas	Español
Variación del tamaño de fuente	-
Presencia de mezcla de idiomas	-

Ref-91



ANEXO II GRÁFICAS

Nacionalidad continentes	Territorio								
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
Europa	57.613	17.960	9.860	25.462	24.232	4.344	146.587	24.299	310.357
África	68.155	11.893	4.137	17.518	13.951	6.644	39.219	13.493	175.010
América	10.828	9.511	4.885	10.876	2.910	2.688	35.402	19.873	96.973
Asia	3.117	3.110	1.681	3.528	1.181	1.427	16.803	7.492	38.339
Oceanía	27	37	16	65	8	8	256	58	475
Apátridas	19	41	22	17	4	15	45	78	241
TOTAL	139.759	42.552	20.601	57.466	42.286	15.126	238.312	65.294	621.396

Tabla 1. Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Padrón Municipal de Habitantes

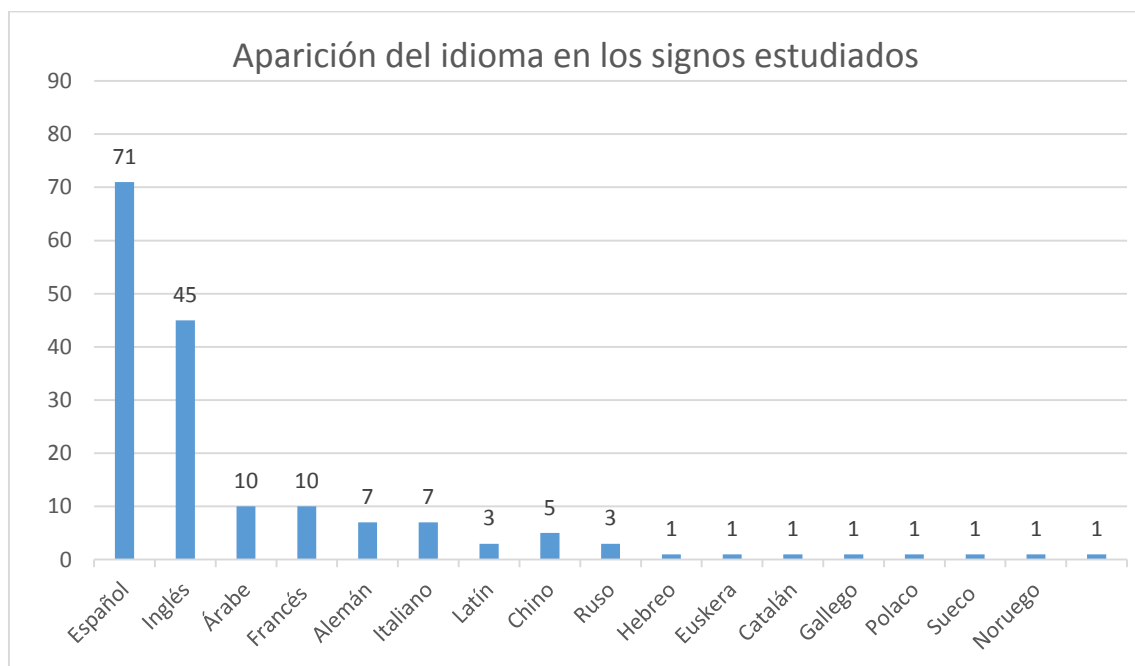


Gráfico 1: elaboración propia.

Número de idiomas en los signos analizados

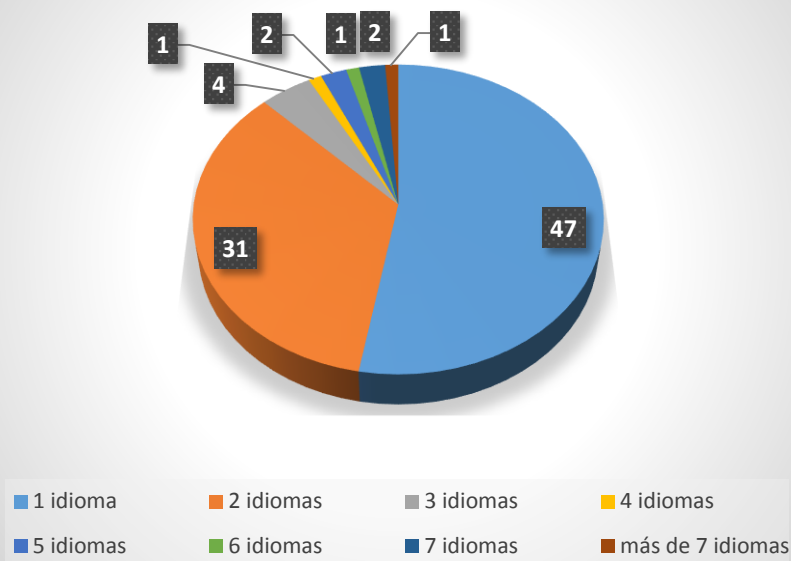


Gráfico 2: elaboración propia.

Tipo de signo

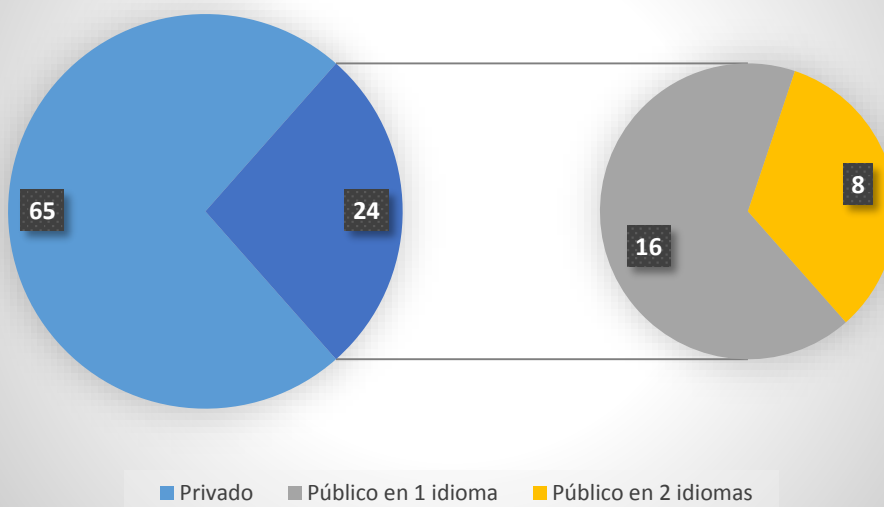


Gráfico 3: elaboración propia.

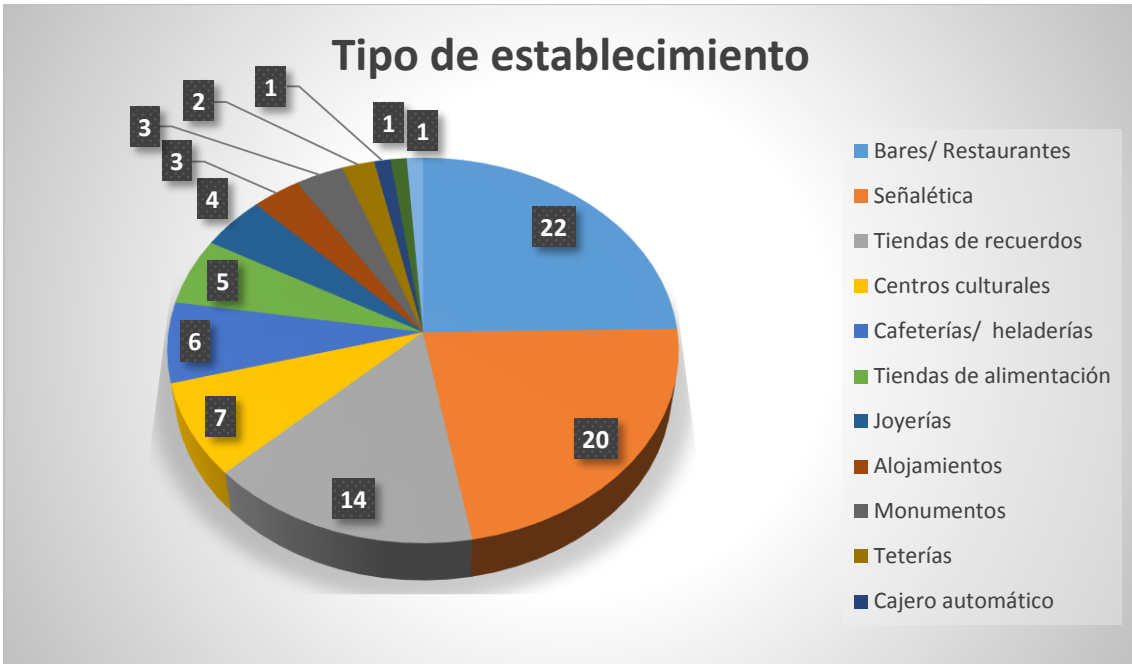


Gráfico 4: elaboración propia.