

PAISAJE LINGÜÍSTICO DE LA CIUDAD FRONTERIZA DE RIVERA (URUGUAY). LENGUAS USADAS EN LAS DENOMINACIONES COMERCIALES DE LA AVENIDA SARANDÍ

Virginia Solana Tristant

viquisol@gmail.com

Universidad de la República, Uruguay

RESUMEN

En este artículo, estudio las lenguas que aparecen en las denominaciones de los comercios localizados sobre la avenida Sarandí, de la ciudad de Rivera, Uruguay, fronteriza con Brasil. Rivera es una comunidad predominantemente bilingüe español-portugués. La cartelería pública nos aporta información sobre la situación lingüística de la comunidad. Las decisiones lingüísticas de los emisores están enmarcadas en acciones públicas institucionales, pero también, en acciones privadas reflejadas en las denominaciones de los negocios de ese espacio céntrico de Rivera. En este trabajo encontré que las lenguas con mayor presencia en las denominaciones comerciales son el español y el inglés y, contrariamente a lo que podría haberse esperado, dadas las características de la comunidad, no apareció el portugués.

Palabras clave: paisaje lingüístico, política lingüística, frontera uruguayo-brasileña, denominaciones comerciales.

LINGUISTIC LANDSCAPE OF THE BORDERING CITY OF RIVERA (URUGUAY). LANGUAGES USED IN THE NAMES OF STORES ON SARANDÍ AVENUE

ABSTRACT

In this paper, I examine the languages used in the names of shops located on Sarandí Avenue, in the city of Rivera, Uruguay, bordering Brazil. Rivera is a community predominantly bilingual in Spanish-Portuguese. The public signage gives us information about the linguistic situation of the community. The linguistic decisions of the speakers are framed by public actions, but also by private actions, reflected in the shops' names of the downtown space of

Rivera. In this work, I found that the languages most present in the trade names are Spanish and English, and, contrary to what could be expected given the characteristics of the community, Portuguese was not present.

Keywords: linguistic landscape, language policies, Uruguayan-Brazilian border, commercial names.

Introducción

En este artículo se aborda un aspecto en particular del paisaje lingüístico (de aquí en más, PL) de la ciudad uruguaya de Rivera¹: la denominación de comercios ubicados sobre la calle Sarandí, en especial aquellos vinculados con los rubros free shop, vestimenta y calzado, y gastronomía.

Me interesa estudiar qué lenguas aparecen en las denominaciones de dichos comercios, teniendo en cuenta sobre todo que se trata de una comunidad predominantemente bilingüe español-portugués.

El estudio del PL nace en el campo de la sociolingüística urbana. El concepto surge por primera vez en un artículo publicado por Landry y Bourhis en 1997. Estos autores definieron el PL como el espacio físico constituido por todo tipo de cartelería, señalizaciones viales y diferentes mensajes visuales ubicados en la vía pública, sean estos elaborados a nivel institucional o particular: “Linguistic landscape refers to the visibility and salience of languages on public and commercial signs in a given territory or region” (Landry y Bourhis, 1997, p. 23).

Especialmente en comunidades multilingües, Landry y Bourhis (1997) entienden que el PL se encuentra sobre todo relacionado con los conceptos de vitalidad y competencia etnolingüísticas. En este sentido, el PL “can be seen not only as a marker of the vitality of the ethnolinguistic groups inhabiting a given area, but also as a factor that contributes to this vitality” (Edelman, 2010, p. 13).

Las investigaciones sobre el PL se han centrado básicamente en comunidades multilingües, donde las lenguas entran en contacto de diversas maneras: préstamos léxicos, cambios de código, diferentes grados de mezcla y variaciones grafemáticas y morfosintácticas. Para Landry y Bourhis (1997), el PL es un reflejo del poder y del estatus de una lengua y, además de comunicar, ejerce una función simbólica significativa.

La función simbólica se refiere al valor y estatus de las lenguas tal y como las percibe un grupo en comparación con otros grupos. En efecto, el paisaje lingüístico refleja la

vitalidad de las lenguas y puede considerarse como una fuente de información adicional sobre el contexto sociolingüístico que puede completar la información obtenida en censos, encuestas sociolingüísticas o entrevistas. En general, la lengua dominante de una comunidad será la más utilizada en el paisaje lingüístico. El paisaje lingüístico también proporciona información sobre la identidad de grupos lingüísticos que utilizan distintas lenguas y contribuyen a la diversidad lingüística (Cenoz y Gorter, 2008, p. 1).

En conurbaciones o comunidades vecinas, el PL puede funcionar como delimitador territorial de un grupo lingüístico con respecto a otro. El empleo de una lengua determinada en la cartelería produce un efecto simbólico particular en la comunidad, ya que la variedad lingüística elegida puede visibilizar a los grupos, productos, actividades y valores con los que se identifica (Landry y Bourhis, 1997).

El PL puede ser el resultado de acciones político-lingüísticas llevadas adelante por el Estado u otros ámbitos institucionales, acciones que vienen de arriba hacia abajo (*top-down*), o por decisiones que emanan de la comunidad, más informales, disposiciones que van de abajo hacia arriba (*bottom-up*) (Cenoz y Gorter, 2008). En el primer caso, se trata de información institucional brindada a las personas que integran la comunidad. En el segundo caso, implica decisiones tomadas por actores sociales o entidades privadas con el fin de informar sobre actuaciones particulares, comerciales o similares. El PL se relaciona con las ideologías lingüísticas y las representaciones socio-discursivas (Moustaoui, 2019).

La denominación de los comercios riverenses estudiados en esta oportunidad responde básicamente a la decisión de sus propietarios, ya que (por lo que he podido averiguar) no hay una normativa municipal al respecto sobre las lenguas que deben usarse en la cartelería comercial. En este sentido, la denominación de los comercios responde, en buena medida, a la creatividad de los propietarios (Hipperdinger, 2018), lo que refleja a su vez aspectos identitarios y simbólicos en el uso de las lenguas, además de la función informativa propia del lenguaje.

En esta ocasión, analizo las denominaciones de los comercios ubicados sobre la calle principal de la ciudad de Rivera, la avenida Sarandí. Para este estudio, se seleccionaron los siguientes emprendimientos comerciales, por ser los que tienen mayor presencia en dicha avenida y por sus características particulares, como se verá más adelante: free shops, negocios de vestimenta y calzado y emprendimientos gastronómicos.

Este artículo considera los siguientes aspectos: a) qué lenguas aparecen en la denominación de los comercios, y b) cómo se usan según los distintos tipos de servicios prestados, rubros y productos ofrecidos.

La ciudad de Rivera y su situación lingüística

Rivera es una ciudad situada al norte del Uruguay, fronteriza con la ciudad brasileña Sant'Ana do Livramento. Se trata de una conurbación conocida como Frontera de la Paz. No cuenta con ningún accidente geográfico que marque la frontera o dificulte el tránsito de un lado a otro. La avenida 33 Orientales separa (o, mejor dicho, une) ambas ciudades.

Esta característica posibilita un tránsito libre sin necesidad de realizar trámites aduaneros: vivir en Brasil y trabajar y/o estudiar en Uruguay, o viceversa. Esta dinámica de funcionamiento impacta en los hábitos culturales y lingüísticos de los habitantes.

Desde la época de la colonización, esta zona fue escenario de disputas territoriales entre España y Portugal y permaneció escasamente poblada durante mucho tiempo. Durante la segunda mitad del siglo XIX, el Estado uruguayo fundó varias localidades al norte de Uruguay con pobladores hispanohablantes e inmigrantes que se sumaron a los habitantes originariamente portugueses, con el fin de marcar frontera.

La aprobación del Decreto - Ley de Educación Común de 1877, impulsado por José Pedro Varela, fue una acción de planificación lingüística de gran impacto, ya que estableció que “[e]n todas las escuelas públicas la enseñanza se dará en el Idioma Nacional” (Decreto - Ley de Educación Común, en Argone, 1987, p. 39), entendiéndose como lengua nacional el español. A raíz de esta disposición, la zona norte del país, originariamente monolingüe en portugués, se transformó en una comunidad bilingüe y diglósica. Mientras que el español funcionó como lengua de mayor prestigio por ser la lengua de la educación, el portugués, en su variedad dialectal, siguió siendo la lengua de muchos hogares y de uso informal (Elizaincín, 1973; Behares, 1985; Elizaincín *et al.*, 1987).

A partir de la creación del Mercosur (1991) y de la declaración del español y del portugués como lenguas oficiales del bloque económico, el portugués, tradicionalmente combatido por la política estatal uruguayana, pasó a ser admitido en la educación pública como forma de cumplir con las disposiciones político-lingüísticas del tratado (Barrios, 1996). En 1996 se crearon los Centros de Lenguas Extranjeras y se empezó a ofrecer el portugués como una de las lenguas optativas para estudiantes de enseñanza media. En 2003, la Administración Nacional de Educación Pública (ANEP) instauró el Programa de Inmersión Dual Español - Portugués en escuelas fronterizas y, en 2008 se aprobó la Ley

General de Educación, que reconoce el “portugués del Uruguay” como una de las “lenguas maternas” habladas en el país (Barrios, 2011).

En el caso de la frontera uruguaya con Brasil, el español convive con el portugués. El español desplazó parcialmente pero no eliminó al portugués, que sigue teniendo una fuerte vitalidad lingüística, como han demostrado los diferentes estudios que se han hecho sobre las lenguas habladas en la frontera, a partir del trabajo precursor de Rona (1959). En contexto de globalización, las políticas de reconocimiento de la diversidad lingüística y grupos minoritarios coexisten con políticas nacionalistas de asimilación lingüística y desetnización (Barrios, 2017). Por un lado, se pueden constatar movimientos, actores y organizaciones sociales que reivindican el portuñol (dialecto portugués con influencia del español hablado en la región) a través de diversos tipos de iniciativas, dentro de las cuales podemos destacar el movimiento Jodido Bushinshe en 2015 (Barrios, 2017; Albertoni, 2018; Alfonso, 2020) y la difusión de literatura escrita en portuñol (Rivero, 2014; Alfonso, 2017). Por otra parte, sin embargo, persiste, también, la representación del español como lengua nacional, y de mayor prestigio (Barrios, 2008).

Además del portugués y el español, hay en Rivera otras lenguas y variedades lingüísticas, resultado de la presencia de migrantes venezolanos y cubanos que se han instalado en los últimos años en la región, a lo que se suma la presencia de larga data de una gran comunidad árabe.

Por tratarse de una comunidad multilingüe, el estudio del PL resulta de enorme interés en esta localidad. El multilingüismo se expresa en las prácticas lingüísticas cotidianas de los riverenses, pero también en el PL urbano, el cual permite reflexionar sobre la importancia de la lengua como marcador de identidad y sobre el rol que juegan las políticas lingüísticas (desde arriba y desde abajo) en la visibilidad, permanencia o desplazamiento de las lenguas en el ámbito comunitario. En el PL de Rivera se pueden apreciar distintas lenguas en calles y barrios, pero también dentro de un mismo comercio, rubro o cartel.

Gonçalves y Almeida (2019) estudiaron aspectos socioculturales en el paisaje lingüístico de las ciudades limítrofes de Rivera (Uruguay) y Santana do Livramento (Brasil), y Ciudad del Este (Paraguay) y Foz do Iguaçu (Brasil). Gonçalves (2021) investigó el PL de diez ciudades gemelas ubicadas en la frontera entre Brasil y Uruguay: Chuí - Chuy, Jaguarão - Río Branco, Aceguá - Aceguá, Santana do Livramento - Rivera y Quaraí - Artigas. Su investigación evidenció un espacio fronterizo plurilingüe, en el que se observan idiomas como el árabe, el inglés, el mandarín y el francés, entre otros, y mapeó las posibles

territorialidades de las lenguas expresadas por el PL, pero no se detuvo en el estudio de las denominaciones comerciales.

Aspectos metodológicos

Para el presente estudio, un antecedente pertinente es el trabajo realizado por Hipperdinger (2018) sobre las denominaciones comerciales en el PL de la ciudad argentina de Bahía Blanca, en el área dialectal del español bonaerense. Hipperdinger consideró las lenguas empleadas y su distribución en relación con los distintos rubros comerciales. De este estudio tomo algunas consideraciones teóricas y criterios metodológicos adaptados a la situación particular del PL de Rivera y acotado a la calle principal de esta ciudad.

En esta ocasión, me centro en los datos obtenidos a través del relevamiento realizado durante el mes de mayo de 2023, de las denominaciones de los comercios que se encuentran sobre la avenida Sarandí, calle principal de la ciudad de Rivera. El relevamiento se realizó en un total de 14 cuadras, comprendidas entre la mencionada avenida 33 Orientales y la avenida Presidente Viera.

En la avenida Sarandí registré 167 comercios, 70 de los cuales corresponden a los tres rubros considerados para este trabajo: free shop (26), vestimenta y calzado (29) y gastronomía (15).

Los free shops resultan particularmente interesantes porque, además de su número, son la “marca registrada” de las ciudades de frontera del Uruguay y uno de los motivos principales de atracción turística. Su presencia no pasa inadvertida y resaltan en la actividad comercial y en el PL de la ciudad.

En Rivera, los free shops surgieron con el fin de “promover la actividad económica en las zonas de frontera y ofrecer estímulos a los turistas” (Decreto 222, del 23 de abril de 1986). La aparición de estos comercios implicó una modificación en la actividad económica y en el propio PL de la ciudad. Se trata de comercios que venden productos libres de impuestos y están dirigidos a un público no local que acredite ser extranjero. En algunos casos, ofrecen una amplia gama de productos; en otros, más acotado. El rubro gastronomía comprende aquellos locales que ofrecen específicamente comida elaborada (restaurantes, parrilladas, cafeterías y heladerías). Los emprendimientos comerciales del área de la gastronomía y de vestimenta y calzado tienen como potenciales clientes un público más general, local o del exterior.

Siguiendo a Hipperdinger (2018), para la identificación de las lenguas utilizadas en las denominaciones comerciales no consideré siglas ni nombres propios, ya sea de persona o

accidente geográfico. Se mantienen algunos casos en los que esos nombres están acompañados por uno o más sustantivos comunes. En el caso de los nombres propios, la elección de la denominación del comercio coincide generalmente con el apellido o el lugar de origen del dueño o creador del local (Hipperdinger, 2018), como por ejemplo *Balestena* (free shop y veterinaria que llevan el apellido del dueño de esos centros comerciales), *Siñeriz* free shop (comercio que lleva el apellido del creador de ese emprendimiento) y *La Calabria* (restorán). Dejé de lado también los comercios pertenecientes a franquicias, como por ejemplo, *Lolita*, *Indian*, *Bas*, *Jack & Jones*, *Only* (vestimenta y calzado) y *Grido* helados (gastronomía), ya que su denominación está preestablecida, y por cuestiones jurídicas no se puede cambiar ni alterar.

Se descartaron además 3 denominaciones que podían corresponder a más de una lengua: *Continental*, *Multi*, *Zebra*².

Se consideraron también las precisiones que acompañaban a algunas denominaciones de comercios.

Presentación de los datos

Luego de descartar todas las denominaciones indicadas en el apartado anterior, presento a continuación el uso de las lenguas en los 29 casos restantes.

Denominaciones	Free shop	Vestimenta y calzado	Gastronomía	Total
Español	2	11	6	19
Inglés	4	2	2	8
Italiano	0	0	1	1
Español e inglés	0	0	1	1
Total	6	13	10	29

Tabla 1. Lenguas usadas en las denominaciones de los comercios considerados

Como muestra la tabla anterior, predominan claramente las denominaciones en español, seguidas por las denominaciones en inglés. Esta tendencia se mantiene en los rubros vestimenta y calzado, y gastronomía, mientras que los free shops presentan una tendencia diferente: predomina el inglés seguido por el español. El italiano aparece únicamente una vez,

en la denominación de un emprendimiento gastronómico, y hay un comercios cuya denominación está en español e inglés.

A continuación, se presenta, por lengua y por rubro, el corpus de denominaciones (en cursiva) incluyendo las precisiones que las acompañan, en los casos en que corresponde.

Free shop (2)	<i>El Gaucho</i> <i>Mantra duty free shop</i>
Vestimenta y calzado (11)	<i>Abejitas – Moda infantil</i> <i>4 estaciones – El placer de vestir bien</i> <i>Chetos</i> <i>Gente joven – Sweaters, cashmere, lana, desde 1978</i> <i>Legión Urbana</i> <i>Los muchachos</i> <i>Malacara</i> <i>Paratodos</i> <i>Rinconcito Gaucho</i> <i>Todo Telas</i> <i>Trapos</i>
Gastronomía (6)	<i>Don Ernesto – Parrilla, pasta & pizza</i> <i>El borrego</i> <i>El patio de Clarita – Restaurant. Pastelería</i> <i>El Rey de las empanadas</i> <i>Trailer 4 esquinas</i> <i>Tatetí</i>

Tabla 2. Denominaciones en español

Free shop (4)	<i>Class duty free shop</i> <i>Golden free shop</i> <i>Pear free shop</i> <i>The place free shop</i>
Vestimenta y calzado (2)	<i>Differ</i> <i>Smile kids – moda infantil y adolescente</i>
Gastronomía (2)	<i>Burguer's house – hamburguería artesanal</i> <i>Confitería City</i>

Tabla 3. Denominaciones en inglés

Gastronomía (1)	<i>Fragola- helado artesanal – café</i>
-----------------	---

Tabla 4. Denominaciones en italiano

Gastronomía (1)	<i>Emporio House – Pizza & beer</i>
-----------------	---

Tabla 5. Denominaciones en español e inglés

De las 29 denominaciones comerciales estudiadas, 16 están acompañadas de alguna precisión, ya sea con respecto al rubro al que pertenece el comercio o al tipo de producto o servicio ofrecido. Las precisiones están en español e inglés, pero la frecuencia de aparición está fuertemente condicionada por el rubro. Todas las denominaciones de los free shops están acompañadas por las precisiones en inglés “duty free” y “free shop”. Como se observa en las siguientes imágenes, las precisiones suelen aparecer con una tipografía o tamaño de letra diferente.



En el caso de vestimenta, predominan las precisiones en español, pero también aparecen en inglés. En el siguiente ejemplo, debajo de la denominación del comercio, *Gente joven*, se detalla el material o las prendas que venden, en ambos casos en inglés:



En la siguiente imagen, debajo del nombre del comercio, *Abejitas*, la precisión específica que se trata de una tienda de ropa infantil:



De las 16 precisiones registradas, 5 corresponden a denominaciones comerciales pertenecientes a free shops, 7 al rubro gastronomía y 4 al rubro vestimenta y calzado.

En consonancia con lo que ocurre con las denominaciones de los comercios, el portugués está ausente en las precisiones, pero puede aparecer en otros carteles de esos mismos comercios con fines diferentes.

Un ejemplo de lo señalado es el siguiente cartel escrito a mano y pegado en la entrada del restorán *Don Ernesto* en el que se informa, en portugués primero y luego en español, que el baño es solo para clientes y que si se lo desea usar se debe pagar \$ 50 por persona:



3

Otro caso es el cartel colocado en una vidriera del free shop *Siñeriz* con los días y horarios de funcionamiento escritos en portugués:

HORÁRIOS	
SHOPPING (RUA SEPÉ)	CENTRO (AV. SARANDÍ)
Segunda fechado	Segunda 13:30 - 18:00
Terça 15:00 - 20:00	Terça a Sexta 8:30 - 18:00
Quarta a Domingo 10:00 - 20:00	Sábado 8:00 - 18:30
	Domingo fechado

Interpretación de los datos y consideraciones finales

En este estudio me propuse ver qué lenguas aparecen en la denominación de algunos de los comercios ubicados sobre la avenida Sarandí de la ciudad de Rivera y cómo se emplean según los distintos rubros.

El español es la lengua más usada en las denominaciones comerciales analizadas (19 de 29), lo cual puede explicarse no solamente porque es una de las lenguas habladas en la comunidad, sino también porque es la más prestigiosa en tanto lengua nacional. Como señalan Cenoz y Gorter (2008), el empleo de una lengua determinada en la cartelería produce un efecto simbólico en la comunidad. En el caso particular de los negocios analizados, la

denominación de los comercios visibiliza más al español que a la otra lengua hablada en la comunidad (el portugués). Si tenemos en cuenta el estatus y el prestigio del español en relación con el portugués, podemos coincidir con Cenoz y Gorter (2008) en que, “en general, la lengua dominante de una comunidad será la más utilizada en el paisaje lingüístico” (p. 1).

Podría haberse esperado una mayor presencia del portugués por ser una de las lenguas que integra el repertorio bilingüe de la comunidad, pero esto no se refleja en el corpus analizado. El mayor estatus y prestigio del español es, como vimos, resultado de la política de españolización y de lucha contra el portugués llevada adelante tradicionalmente por el Estado uruguayo. Aun cuando en los últimos años haya habido un cambio en ese sentido, en el caso estudiado al menos, parece persistir la política tradicional de españolización. Parece predominar una identificación nacional (monolingüismo español) por encima de una identificación local (bilingüismo español-portugués) con respecto a la denominación de los comercios.

En el caso de Rivera, la consideración de Cenoz y Gorter (2008) en relación con el PL como delimitador territorial de un grupo lingüístico con respecto a otro es más compleja, ya que la lengua del país vecino, el portugués, también es hablada en esta ciudad. De todos modos, podría aplicarse lo señalado por estos autores en el caso particular de las denominaciones de los comercios de Rivera, ya que en ellas no se usa el portugués.

El portugués no aparece en las denominaciones, pero como vimos en la presentación de los datos, sí puede aparecer en el resto de la cartelería de los comercios considerados, con una finalidad sobre todo práctica e informativa hacia la comunidad y potenciales clientes, sean estos brasileños o los mismos uruguayos riverenses, que manejan el portugués además del español.

Esta lógica no parece coincidir con la selección de la denominación de los comercios que es, además, la parte más visible de la cartelería, por su tamaño y ubicación.

La segunda lengua más usada en la denominación de los comercios estudiados es el inglés (8 de 29). El interés en el uso de esta lengua se explica por su estatus, su funcionalidad y su poder simbólico como lengua global (Crystal, 2003). Se trata, además, de una de las lenguas extranjeras enseñadas en el sistema educativo uruguayo y, por lo tanto, no está tan alejada del conocimiento de riverenses en particular y del resto de los uruguayos en general. De hecho, Hipperdinger (2018), en su estudio sobre Bahía Blanca, la considera como la lengua extranjera “no marcada”.

Como vimos, las precisiones que acompañan a las denominaciones cumplen una función más bien informativa, puesto que aclaran el rubro, servicio o producto que vende u

ofrece el comercio. El inglés, además de usarse en otros rubros, aparece siempre en el caso de los free shops, concretamente en los sintagmas “duty-free” o “free shop”, antepuestos o postpuestos al nombre, puesto que son la precisión que los identifica, además de no existir en español un término equivalente.

Las representaciones y actitudes lingüísticas son clave en la elección de las lenguas como transmisoras de determinados significados sociales. El uso de voces extranjeras, por ejemplo, en la publicidad, tiene por detrás un fin simbólico. Kelly-Holmes (2014) agrega a los conceptos de representación y actitud lingüística el de *fetichismo lingüístico*. Para esta autora “linguistic fetish refers to the phenomenon of using languages for symbolic (fetichised) rather than utility (instrumental-communicative) purposes in commercial texts” (p. 135). En el corpus estudiado, encontré algunos casos que se pueden catalogar como fetichismo lingüístico.

Un ejemplo de ello es la denominación de la heladería-cafetería *Fragola*, cuya oferta gastronómica se identifica con la cultura italiana, como se aprecia en la siguiente imagen:



Otro ejemplo es el del bar-restorán denominado *Burguer's house*, con una oferta gastronómica de hamburguesa y otros productos asociados a la cultura norteamericana o global en general, como se observa en la siguiente imagen:



En el caso del free shop *Pear*, que vende básicamente productos tecnológicos y cuyo logo, una pera mordida, recuerda a la manzana de Apple y a la calidad tecnológica de esa empresa estadounidense, también se puede interpretar un uso de tipo fetiche del inglés.



En resumen, de las dos lenguas más habladas en la comunidad, en las denominaciones de los comercios aparece solo la lengua nacional y de mayor prestigio (el español), aunque la otra lengua comunitaria (el portugués) puede aparecer en el resto de la cartelería. El inglés se usa en su función de lengua internacional global. En el PL de Rivera encontramos, entonces, lenguas comunitarias (condicionado esto por su mayor o menor prestigio), lenguas internacionales (cuyo uso trasciende la propia comunidad) y lenguas asociadas a la venta de determinados productos (como fetiche lingüístico).

En este artículo, aun habiéndome centrado en un aspecto muy puntual del PL (las denominaciones comerciales), se puede observar la complejidad de la temática en una comunidad multilingüe fronteriza en cuanto a las funciones, representaciones y poder simbólico de las lenguas involucradas, así como las políticas lingüísticas asociadas a cada una de ellas, tanto a nivel nacional como global.

Referencias

- Albertoni, P. (2018). Autenticidad y patrimonio: el proceso de postulación del portuñol como patrimonio cultural inmaterial. In F. Acevedo & K. Nossar (Eds.), *Educación y Sociolingüística* (pp. 179-201). CUR/UDELAR.
- Alfonso, S. (2017). Frontera, portuñol e identidad: representaciones sociolingüísticas en el libro *Nu ceu nu tem frontera de Lingua Mae*. In *Actas de las Jornadas Académicas*

- 2017 *Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación* (pp. 247- 256). Montevideo - FHCE.
- Alfonso, S. (2020). Identidad y conflicto lingüístico: el caso de la postulación del portuñol como patrimonio inmaterial de la humanidad. *Revista Digital de Políticas Lingüísticas*, 13, 77-89.
- Argone, C. (1987). *La ley 246 de educación común de 1877: análisis y juicio crítico*. Consejo de Educación Primaria.
- Barrios, G. (1996). Planificación lingüística e integración regional: el Uruguay y la zona de frontera. In A. Menine Trindade, & L.E. Behares, L. E. (Orgs.), *Fronteiras, educação, integração* (pp. 83-110). Pallotti.
- Barrios, G. (2008). Discursos hegemónicos y representaciones lingüísticas sobre lenguas en contacto y de contacto: español, portugués y portuñol fronterizos. In D. Da Hora & R. Marques de Lucena (Orgs.), *Política lingüística na América Latina* (pp. 79- 103). Idéia/Editora Universitária.
- Barrios, G. (2011). El tratamiento de la diversidad lingüística en la educación uruguaya (2006-2008). *Letras*, 21(42), 15-44.
- Barrios, G. (2017). Políticas de desetnización y patrimonialización lingüística en la frontera uruguaya con Brasil. *Anuario de Glotopolítica*, 1, 151-169.
- Behares, L. E. (1985). Planificación lingüística y educación en la frontera uruguaya con Brasil. IIN/OEA.
- Cenoz, J., & Gorter, D. (2008). *El estudio del paisaje lingüístico*. Hizkunea. http://www.euskadi.net/r332695/es/contenidos/informacion/artik22_1_cenoz_08_03/es_cenoz/artik2_2_1_cenoz_08_03.html
- Crystal, D. (2003). *English as a global language*. Cambridge University Press.
- Decreto 222/986. Se establecen exoneraciones a los bienes y mercaderías importados para su enajenación en las ciudades de Rivera y Chuy. 23 de abril de 1986. <https://www.impo.com.uy/bases/decretos-originales/222-1986>
- Diccionario de la Real Academia Española*. <https://dle.rae.es/cebra?m=form>
- Dicionário Aurélio*. <https://www.skoob.com.br/dicionario-aurelio-da-lingua-portuguesa-242574ed271542.html>
- Edelman, L.J. (2010). *Linguistic landscapes in the Netherlands: A study of multilingualism in Amsterdam and Friesland Utrecht*. LOT.
- Elizaincín, A. (1973). Algunos aspectos de la sociolingüística del dialecto fronterizo. *Temas de Lingüística*, 3, 1-14.

- Elizaincín, A., Behares, L., & Barrios, G. (1978). *Nos falemo brasileiro. Dialectos portugueses en Uruguay*. Amesur.
- Gonçalves, D., y Almeida, M.L. (2019). Yo no sé de dónde soy, mi casa está en la frontera y las fronteras se mueven, como las banderas. In *Encuentro internacional de investigadores de políticas lingüísticas: Diversidad lingüística. Diversidad cultural* (pp. 131- 141). H. y A. Ediciones.
- Gonçalves, D. (2021). *Plurilinguismo na paisagem linguística da fronteira entre Brasil e Uruguai*. Tesis doctoral. Instituto de Letras, UFRGS. <http://hdl.handle.net/10183/233742>
- Hipperdinger, Y. (2018). Coexistencia interlingüística en un paisaje lingüístico urbano. Español y otras lenguas en denominaciones comerciales de Bahía Blanca (Argentina). *Itinerarios*, 27, 193-216.
- Kelly-Holmes, H. (2014). Linguistic fetish: The sociolinguistics of visual multilingualism. In D. Machin (Ed.), *Visual Communication* (pp. 135-152). De Gruyter Mouton.
- Landry, R., & Bourhis, R. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16, 23-49.
- Moustaoui, A. (2019). Dos décadas de estudios del Paisaje Lingüístico: enfoques teóricos-metodológicos y nuevos desafíos en la investigación. *Signo y seña*, 35, 7-26.
- Oxford English Dictionary*. <https://www.oed.com/?tl=true>
- Rivero, A. (2014). Portugués del Uruguay y Literatura. Las formas de la escritura en Chito de Mello y Fabián Severo. In L. Masello (Org.), *La traza y la letra* (pp. 69-84). UDELAR.
- Rona, J.P. (1959). El dialecto “fronterizo” del Norte del Uruguay. UDELAR.

Notas

¹ Se trata de un avance del proyecto “Políticas lingüísticas, multilingüismo y paisaje lingüístico en Rivera”, que estoy llevando a cabo en el marco del Doctorado en Lingüística de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, de la Universidad de la República del Uruguay.

² En casos de duda, se consultaron diccionarios en línea: el Diccionario de la Real Academia Española para el caso del español, el Dicionário Aurélio para el portugués y el English Oxford Dictionary para el caso del inglés.

³ Todas las fotos son de mi autoría.