Departamento de Humanidades

El plurilingüismo arubano en los anuncios publicitarios de la prensa escrita

Trabajo de fin de grado

Betzy Camila Barco Atencio

Número de estudiante: 5994217

Eindwerkstuk bacheloropleiding Spaanse taal en cultuur (SP3V14001)

Supervisora: Ellen-Petra Kester

Junio 2019

Un agradecimiento al periódico Bon Dia por brindar la información necesaria para hacer de este trabajo una realidad, a mi supervisora Ellen-Petra Kester por las grandiosas ideas y comentarios que me ayudaron mucho a lo largo de este trabajo, a mi familia por el apoyo incondicional y finalmente a mi Dushi Aruba, la isla que me vio crecer y me brindó ese gran interés por el papiamento y las lenguas. Se los agradezco con todo mi corazón.

Resumen

Este trabajo de investigación pretende analizar el uso de diferentes lenguas en la prensa de la isla de Aruba con el fin de analizar la frecuencia con las que las lenguas oficiales, el papiamento y el holandés, son utilizadas a comparación del inglés y el español en anuncios publicitarios. Además, este estudio también analizará los anuncios publicitarios plurilingües encontrados. Para esta investigación se recolectaron 278 anuncios publicitarios publicados en el mes de marzo en el periódico Bon Dia. Los anuncios se dividieron en tres categorías: ofertas de empleo, anuncios informativos y anuncios comerciales de venta. Los resultados de esta investigación indicaron que el papiamento es la lengua usada más frecuentemente en anuncios publicitarios con un total de 128 anuncios seguido por 86 anuncios en inglés y 38 anuncios en holandés. El español no se encontró en ninguno de los anuncios estudiados. Además, este estudio también encontró un total de 26 anuncios plurilingües escritos en dos o más lenguas. Este estudio concluye que el papiamento es la lengua usada más frecuentemente en los anuncios publicitarios marcando así su importancia en la prensa escrita en el contexto del plurilingüismo en Aruba. Estos resultados parecen confirmar la vitalidad de la lengua según el estudio de Carroll (2015).

Palabras claves: plurilingüismo, multilingüismo, Aruba, situación lingüística, paisaje lingüístico, papiamento, anuncios publicitarios, prensa escrita.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN **4**

2. MARCO TEÓRICO **5**

2.1. SITUACIÓN LINGÜÍSTICA EN ARUBA 6
2.2 LA PUBLICIDAD Y EL PAISAJE LINGÜÍSTICO 7
2.3 EL ESTUDIO DEL PLURILINGÜISMO EN LA PUBLICIDAD 8
2.4 UN ESTUDIO DEL PLURILINGÜISMO EN LAS VALLAS PUBLICITARIAS EN ARUBA: BAMBERGER (2016) 9

3. METODOLOGÍA **10**

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS **11**

4.1. RESULTADOS GENERALES 11
4.2. OFERTAS DE TRABAJO 12
4.3. ANUNCIOS INFORMATIVOS 13
4.4. ANUNCIOS COMERCIALES DE VENTA 13

5. CONCLUSIÓN **15**

REFERENCIAS **16**

ANEXO 1: CLASIFICADOS **18**

ANEXO 2: OFERTAS DE TRABAJO **19**

Imagen 1. Oferta de trabajo en holandés. *19*
Imagen 2. Oferta de trabajo en inglés *20*
Imagen 3. Oferta de trabajo en papiamento. *20*

ANEXO 3: ANUNCIOS INFORMATIVOS **21**

Imagen 4. Anuncio informativo en papiamento. *21*
Imagen 5 y 6. Anuncios informativos en holandés. *21*
Imagen 7. Anuncio informativo en inglés. *22*
Imagen 8 y 9. Anuncios informativos en dos lenguas: inglés y papiamento. *22*
Imagen 10: Título en holandés, información general en papiamento. *22*
Imagen 11. Anuncio en más de dos lenguas: holandés, inglés y papiamento. *23*

ANEXO 4: ANUNCIOS COMERCIALES DE VENTA **24**

Imagen 12. Anuncios comerciales en inglés. *24*
Imagen 13. Anuncio comercial en inglés para público local. *25*
Imagen 14. Anuncio comercial en papiamento. *25*
Imagen 15. Anuncio comercial en holandés. *26*
Imagen 16. Uso de más papiamento que inglés. *26*
Imagen 17. Uso de más inglés que papiamento. *27*

ANEXO 5: TOTAL DE ANUNCIOS PLURILINGÜES EN EL PERIÓDICO BON DIA DEL MES DE MARZO DE 2019 ..... **28**

Anuncios de información *28*
Anuncios comerciales de venta *31*

1. Introducción

El mundo en el que vivimos está cada dia revolucionando y la globalización es inminente. Las personas y sus lenguas están también propensas a todo tipo de cambio global. En este trabajo nos enfocaremos en una isla multicultural que por su historia ha sido propensa a todo tipo de cambio especialmente en sus lenguas. Aruba es una isla situada en el mar caribe y actualmente posee un título de estado autónomo dentro del Reino de los Países Bajos (Hoefte, 1996). Aruba llegó a manos de los holandeses en el año 1636, pasando décadas después a ser una de las islas caribeñas más ricas debido por gran parte a la industria petrolera (Alofs & Merkies, 1990).

Las lenguas oficiales de la isla son el holandés y el papiamento. El uso del holandés en la isla se debe a las relaciones políticas que se establecieron después de la colonización y que aún se mantienen con los Países Bajos. El holandés sigue siendo utilizado en algunos campos como en asuntos gubernamentales, de enseñanza, entre muchos, influenciando la lengua utilizada en las escuelas y los documentos legales por mencionar algunos.

El papiamento es una lengua criolla con rasgos del holandés, inglés, español, portugués y lenguas africanas (Alofs, 2008). Esta lengua nació por la necesidad de crear una lengua franca entre los holandeses, portugueses y esclavos africanos que habitaban en la isla de Curazao y fue a principios del siglo XVIII cuando se empezó también a usar en la isla de Aruba (Pereira, 2004 en Carroll, 2015). La isla consiste también en un gran número de inmigrantes hispanohablantes y el español está muy presente (CBS, 2006). Esta lengua llegó con el crecimiento del turismo en la isla (Carroll, 2015). Actualmente, Aruba es una isla que se sustenta del turismo y especialmente el turismo angloparlante (CBS, 2014). Esto ha hecho que el inglés sea una lengua importante para la comunicación con los turistas en la isla. Además, la influencia del inglés también proviene de una historia de migración donde décadas atrás, angloparlantes se establecieron en San Nicolás, al sureste de la isla, para trabajar en la planta petrolera Lago Oil & Transport Company Limited que existía en ese entonces (Alofs & Merkies, 1990). El contacto entre el papiamento, holandés, inglés y español ha creado en la isla una comunidad plurilingüe en donde muchos de los habitantes poseen competencia en más de una lengua (Mijts, 2012).

A partir de esta información sobre el plurilingüismo presente en la isla, surgió la idea de investigar la situación lingüística actual en los medios de comunicación arubanos. El estudio de la lengua utilizada en los anuncios y su multiculturalismo es un tema relativamente poco estudiado (Piller, 2003). Un análisis de los anuncios nos puede facilitar información sobre los valores y las asociaciones que una lengua específica puede tener en una comunidad multicultural posiblemente también como marcador de identidad. Los anunciantes, por el otro lado y según Garrett (2010), usan esta información para imbuir sus productos o servicios con estos valores y asociaciones para lucro comercial.

Este trabajo pretende realizar un estudio sobre la situación lingüística actual en los anuncios publicitarios de la prensa escrita de la isla de Aruba con el fin de analizar el uso del papiamento y el holandés como lenguas cooficiales y la frecuencia con la que este medio recurre al uso de

dos lenguas no oficiales como el inglés y el español. Además, este estudio nos servirá para analizar el paisaje lingüístico de la isla.

Esta propuesta está basada en parte en la tesina de máster de Bamberger (2016) que investigó el papel del inglés en los anuncios en vallas publicitarias como paisaje lingüístico y en que se concluyó una gran presencia del inglés en comparación con el papiamento, holandés y el español. La relevancia de este trabajo cae en que este concepto de paisaje lingüístico no se ha llegado a aplicar en la prensa arubana y es un tema muy interesante para comprender el plurilingüismo en la isla.

El concepto de paisaje lingüístico en la prensa está basado en la definición de Landry & Bourhis (1997) en Gorter (2006) que definen que el paisaje lingüístico se estudia a través de la lengua escrita utilizada en el espacio púbico. Una investigación en el campo de paisaje lingüístico enfocada en el uso de anuncios publicitarios en la prensa escrita creará un mayor interés y nuevas perspectivas en este tema.

El papiamento es una lengua que ha llamado la atención de muchos lingüistas en los últimos años debido a su peculiaridad. En este trabajo nuestro objetivo es hacer un análisis de la lengua utilizada en un medio de comunicación de masa y concretamente en los anuncios publicitarios de la prensa escrita. Estudiar este medio de comunicación nos ayudará a entender la lengua que se usa a diario e investigar cuá de las lenguas usadas más frecuentemente tiene más importancia a la hora de publicar un anuncio y llamar la atención del lector. Este estudio trata de contestar las siguientes preguntas.

- ¿Qué papel ejercen las lenguas oficiales como el holandés y el papiamento y las no oficiales como el inglés y el español en los anuncios publicitarios de la prensa escrita de Aruba?
- ¿Cómo se manifiesta el plurilingüismo existente en la isla de Aruba en estos anuncios publicitarios?

Este trabajo está dividido en cinco partes. La primera parte es esta breve introducción sobre el tema y su relevancia. En la segunda parte se tratarán los aspectos teóricos de esta investigación y las hipótesis que se espera probar con este estudio. En la tercera parte se explicarán los métodos, materiales y procedimientos utilizados para llevar a cabo esta investigación. En la cuarta parte se hará un análisis de los resultados obtenidos y finalmente en la quinta parte se concluirá este trabajo.

2. Marco teórico

En este capítulo se exponen las teorías relevantes para el presente cuadro de investigación. Este estudio se centra en tres diferentes ramas que juntos conectan una realidad lingüística. Empezaremos con una introducción sobre la situación lingüística en Aruba seguida por una definición sobre la publicidad, el paisaje lingüístico y el plurilingüismo. Una vez introducidos estos tres temas seguiremos con un resumen sobre la tesina de Bamberger (2016) en la que

se basa esta presente investigación. Por último, trataremos las preguntas e hipótesis de este trabajo.

2.1. Situación lingüística en Aruba

Aruba es una isla multicultural situada en el mar caribe y tiene un total de 110,108 habitantes (CBS, 2015). La isla perteneció a las Antillas Holandesa hasta el 1 de enero de 1986 cuando Aruba consiguió su *Status Aparte* dándole a la isla autonomía dentro del Reino de los Países Bajos (Alofs & Merkies, 1990). La isla posee una historia lingüística rica en donde las lenguas como el papiamento, holandés, español, inglés y chino mandarín forman parte de las lenguas utilizadas en el hogar de muchos habitantes de la isla. Según datos de CBS (2012), el papiamento es la lengua más usada para la comunicación en el hogar seguido por el español, el inglés y el holandés. Estos datos se pueden observar en la siguiente tabla.

Lenguas	papiamento	español	holandés	inglés	Chino mandarín	otros
	69,354	13,710	6,110	7,129	1,456	1,725

Tabla 1. Número de hablantes de las lenguas habladas en el hogar.

El papiamento es la lengua materna de cerca de 320 mil personas en el mundo (Wiel, 2010). El papiamento en Aruba es utilizado en los medios de comunicación de masa como en seis o siete periódicos, diferentes revistas, en la televisión y la radio y se considera como un marcador de la identidad arubana (Carroll, 2015). El holandés se introdujo en Aruba a partir de la colonización de las Antillas Holandeses y hoy en día es a lengua de instrucción en la enseñanza, aunque esto no siempre fue así. El uso del papiamento como lengua de instrucción en la educación data de muchos años atrás cuando la iglesia católica era la encargada de la enseñanza. Para una mejor comunicación con el pueblo local, la iglesia trató de usar la lengua local y fue en ese entonces en donde también se empezaron a publicar libros en esta lengua como La Biblia en papiamento. Después de años y propuestas sobre la enseñanza en papiamento o bilingüe, en 1935, el gobierno holandés puso como requisito para la obtención del subsidio holandés que la lengua holandesa fuera oficialmente la única lengua de instrucción en la enseñanza (Departamento di Enseñanza Aruba, s.f. y Emerencia, 1996; Fouse, 2002 en Carroll, 2015). Desde entonces, el holandés ha sido la única lengua de instrucción en todo el ámbito de la educación, aunque actualmente esto está cambiando.

En cuanto a la presencia del español en la Aruba, el crecimiento económico debido al turismo atrajo a muchos inmigrantes de países como Colombia, Venezuela, República Dominicana y otros países hispanohablantes que se establecieron permanentemente en la isla y conservaron su lengua (Carroll, 2015). Sin embargo, el estudio realizado por Carroll (2015) llevó a la conclusión de que el español es una lengua con bajo prestigio en la isla. En el caso del inglés, esta lengua tiene raíces desde finales de 1920 con la apertura de la refinería de petróleo en donde la inmigración angloparlante impactó la parte sureste de la isla llamada San Nicolas (Alofs & Merkies, 1990). Esta refinería estableció la lengua inglesa como medio de comunicación dentro de la empresa debido a que el papiamento no se vio como lengua adecuada. Además, aunque esta empresa empezó contratando empleados locales, por problemas de comunicación y de diferencias en el campo laboral donde muchos

de los locales solo tenían experiencia en la agricultura y otras diferencias culturales se decidió contratar a inmigrantes angloparlantes. Muchos provenientes de las colonias inglesas como Guayana Británica, Saba y la Isla de San Cristóbal (Kalm, 1975 en Alofs & Merkies, 1990). Al pasar de los años, los rasgos de estos angloparlantes aún permanecen notorios en el sureste de la isla e incluso se utiliza una variación de inglés criolla (Richardson et al., 2016) conocida por los habitantes de la zona como '*bush english'*. Además, el inglés es hoy en día es importante para el turismo de la isla. Según datos de CBS (2014), la isla recibe cada año un gran número de turistas provenientes de Estados unidos y Canadá. El uso del inglés también es visto como un signo de modernidad y globalización donde esta lengua sigue influenciando otras lenguas y la manera de ver el mundo (Piller, 2003). El uso del papiamento, holandés, inglés y español ha creado en la isla de Aruba una comunidad plurilingüe en donde muchos de los habitantes poseen competencia en más de una lengua (Mijts, 2012).

2.2 La publicidad y el paisaje lingüístico

Para entender mejor este estudio empezaremos explicando brevemente el tema de los anuncios publicitarios y el campo que este trabajo cubre en cuestión a este. "Los anuncios publicitarios consisten de los siguientes elementos y combinaciones: Un título, una imagen, un texto principal, un eslogan, el nombre del producto y algunos detalles" (Piller, 2003, p.172) [traducción mía]. Los anuncios publicitarios tienen como intención llamar la atención del cliente con fines comerciales, ya sea la compra directa o indirecta de un producto o servicio. La aparición de prensa escrita data desde el imperio romano y la existencia de los anuncios publicitarios pagados desde el siglo XIX. Con la financiación de estos anuncios se empezó a reducir el precio del periódico para hacerlo más accesible al público (La prensa escrita, s.f.). Para este estudio se pensó en el valor y la importancia que la prensa escrita tiene para el público de la isla de Aruba. Se escogió la prensa ya que este medio de comunicación es de uso frecuente en la isla.

Este estudio también abarca el paisaje lingüístico como un tema relativamente reciente en la sociolingüística, pero que ha abierto puertas a diferentes campos de investigación. Algunos estudios adaptan el concepto del paisaje lingüístico para estudiar la presencia de diferentes lenguas en una comunidad específica y analizar la situación lingüística de un país (Rosendal, 2009). Otros estudios tratan de adoptar este concepto de paisaje lingüístico para comprender el papel de una lengua determinada y su estatus (Ben-Rafael et al., 2006 en Bamberger, 2016). El paisaje lingüístico analiza en un concepto más general el contexto social en donde una o más lenguas están presentes, es decir, su multiculturalismo (Gorter, 2006).

Landry and Bourhis (1997, p.25) en Gorter (2006, p.2) describieron el paisaje lingüístico como: "*The language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a given territory, region, or urban agglomeration*". Es decir, la lengua utilizada en ámbitos públicos. A partir de esta primera base descriptiva, el paisaje lingüístico ha sido estudiado de diferentes maneras y con diferentes categorizaciones como el "*top down*" y "*bottom up*" estudiado en Ben-Rafael et al. (2006) y en Bamberger (2016) y explicados detalladamente más adelante. También se ha estudiado el paisaje lingüístico en

sectores públicos y privados (Landry y Bourhis, 1997 en Gorter, 2006), en la prensa electrónica (Troyer, 2012), en periódicos, vallas y tiendas como en la investigación de Rosendal (2009) y muchos otros campos. Es decir, las posibilidades en cuanto al estudio del paisaje lingüístico no se limitan a una sola definición y/o campo específico.

2.3 El estudio del plurilingüismo en la publicidad

La presencia del plurilingüismo en los anuncios se expresa de distintas formas y poseen diferentes funciones y valores que intentaremos examinar a lo largo de esta investigación. Lapeña (2016) define el uso del plurilingüismo como "… no solo es una estrategia para ampliar el espacio de recepción de la publicidad, sino que permite un reconocimiento internacional de la marca por parte de los consumidores". Muchos estudios se han concentrado en el estudio del plurilingüismo en diferentes enfoques. En estudios realizados en Japón sobre el uso de lenguas extranjeras (Haarmann, 1984a, 1984b, 1986a, 1986b, 1989 en Piller 2003), se concluyó que los cambios de código ocurren principalmente y con mayor frecuencia en los títulos o encabezados de los anuncios. El uso de una lengua específica en los anuncios es un tipo de estrategia para asociar lo que se presenta, un producto o un servicio, con un estereotipo etnocultural, es decir, con asociaciones que definen una raza o lengua. El uso de una lengua específica tiene mucho que ver con las percepciones, estereotipos y connotaciones que cierta comunidad tiene al respecto.

En un estudio sobre la construcción de identidad en los anuncios publicitarios plurilingües, Piller (2001) investigó las situaciones en que medios de comunicación alemanes recurrían al uso de lenguas extranjeras y qué tipo de connotaciones éstas tenían. En el estudio se concluyó que cada lengua tiene una función diferente. Por ejemplo, en los anuncios plurilingües en francés y alemán, se usó del francés con connotaciones eróticas. En cambio, cuando esto sucedió con el italiano, se usaron connotación expresadas con la comida de este país como la pasta. El inglés se usó en las partes más importantes en los anuncios como en el título y se utilizó en situaciones de globalización, modernidad y del futuro. En este estudio también se concluyó que el lector no es visto como un ciudadano nacional sino como un consumidor transnacional y con identidades híbridas. Después de esta investigación surgió más interés por el tema del plurilingüismo en la publicidad.

Piller (2003) realizó un segundo estudio sobre el contacto entre lenguas en los anuncios publicitarios en que se estudió cómo los anuncios plurilingües son un marcador de identidad y las funciones que el uso de múltiples lenguas ejerce en estos anuncios. El contacto entre lenguas en los anuncios se considera en este estudio como "una herramienta importante para la construcción de una identidad social ya sea nacional, racial o de clase" (Piller, 2003, p.173) [traducción mía]. Teniendo en cuenta esto, el inglés es la lengua que más es usada en anuncios publicitarios en países donde ésta no es lengua oficial. Según Piller (2003), el uso del inglés se asocia con un estereotipo social y no etnocultural. Es internacionalmente un símbolo de globalización, modernidad y progreso y es utilizado en muchos ámbitos en lugar de la lengua local.

En otro estudio importante realizado por Rosendal (2009) sobre la situación lingüística en Ruanda, se analizaron las lenguas utilizadas en los anuncios en la prensa, vallas publicitarias,

y las tiendas después de la guerra civil para investigar la frecuencia y las funciones que las lenguas utilizadas en Ruanda tienen en diferentes contextos. Ruanda es un país que tiene el francés, inglés y Kiñaruanda como lenguas oficiales. En este estudio se concluyó que, aunque Ruanda tiene tres lenguas oficiales, éstas no son utilizadas con la misma frecuencia. Aunque el país tiene una política lingüística plurilingüe, los datos analizados en los anuncios en el periódico gubernamental *Imvaho Nshya* muestran que no todas las tres lenguas son utilizadas equitativamente. En los análisis se encontró que el francés es la lengua más utilizada en todos los ámbitos estudiados menos en las vallas publicitarias. Además, se encontró que el Kiñaruanda es más frecuente que el inglés y el francés en anuncios publicitarios informativos publicados por instancias gubernamentales, mientras que en ofertas de empleo por estas mismas instancias aparece el francés como la lengua común. Muchos de los anuncios relacionados con problemas sociales estaban escritos en Kiñaruanda. En este estudio se concluyó que existe una diglosia en Ruanda en donde existe un tipo de competencia entre las tres lenguas oficiales debido a los cambios recientes en la política lingüística del país.

2.4 Un estudio del plurilingüismo en las vallas publicitarias en Aruba: Bamberger (2016)

En cuanto a estudios realizados en la isla de Aruba, la tesis de Bamberger (2016) ha sido una introducción y base a nuestro tema de interés. Bamberger realizó un estudio sobre la presencia de las cuatro lenguas dominantes en la isla: inglés, holandés, papiamento y español para establecer el paisaje lingüístico arubano en las vallas publicitarias de tres zonas de la isla: Noord, Oranjestad y San Nicolaas. Se recolectaron 922 anuncios y se dividieron por las lenguas utilizadas: papiamento, inglés. holandés y español, pero agregando una categoría neutra donde se incluyeron entre otros nombres de empresas y palabras que significan lo mismo en diferentes lenguas como *open* en inglés y holandés. El propósito de este estudio era realizar una investigación sobre cómo el uso del inglés está influenciando en el uso de las otras lenguas existentes en la isla y en qué sectores.

Para categorizar los anuncios, Bamberger utilizó el método de *Top-down* y *Bottom-up* basado en los estudios de Ben-Rafael et al. (2006) en donde se utilizó *Top-down* para categorizar la comunicación autoritaria proveniente de instituciones oficiales y gubernamentales en tres categorías: cultural, educacional y gubernamental. Por otro lado, *Bottom-u*p fue utilizado para categorizar la comunicación profesional, comercial, de agencias privadas o de individuos y fue dividida en las categorías: comercial, privado y religioso. Los resultados de esta investigación se encuentran en la siguiente tabla.

Lenguas	Inglés	Holandés	Papiamento	Español	Neutro
Porcentaje	65.7 %	8 %	13.6 %	4.3 %	8.5 %

Tabla 2. Porcentajes de lenguas utilizadas en el paisaje lingüístico de Aruba (Bamberger, 2016)

Estos resultados demuestran que el inglés es la lengua utilizada en la mayoría de los casos seguido por el papiamento, el holandés y por último el español. Bamberger concluyó que el inglés es usado principalmente como lengua franca en asuntos comerciales, pero estando presente en ambas categorías de *Top-down* y *Bottom-up*. El papiamento tiene una posición estable en todo el ámbito escrito público y también se encontró en ambas categorías. En

cuando al holandés, se concluyó que esta lengua apareció principalmente en anuncios oficiales y de carácter gubernamental en la comunicación *Top-down*. El español por otro lado fue relativamente poco frecuente en este estudio posiblemente debido al bajo prestigio que esta lengua posee en la isla lo que se afirmó también en el estudio de Carroll (2015). Además, esta lengua solo se encontró en asuntos comerciales en la comunicación *Bottom-up*. El inglés está muy presente en la isla y a pesar de que no es una lengua oficial, es la lengua más utilizada en vallas publicitarias.

2.5. Hipótesis de la investigación

La presencia del papiamento, holandés, inglés y español en la Aruba multicultural del siglo XXI es un campo muy interesante. Este trabajo trata de investigar el papel de las cuatro lenguas en los anuncios de la prensa local. Una primera hipótesis propone que el inglés, aunque no sea una lengua oficial, es utilizado por los locales con mayor frecuencia. Esta hipótesis está basada en la investigación de Bamberger (2016) en que se concluyó que el papel del inglés en la isla es significante y de uso más frecuente que el papiamento y el holandés. Este estudio trata de demostrar que, en el caso de los anuncios publicitarios en la prensa escrita, las conclusiones establecidas en la tesina de Bamberger (2016) también pueden ser aplicables en este ámbito. Una segunda hipótesis consiste en que el periódico contiene un significante número de anuncios plurilingües debido al fenómeno de la globalización estudiado por Piller (2003). El contacto entre lenguas ha creado una especie de identidad multicultural que será reflejada también en los anuncios.

3. Metodología

Bon Dia es uno de los periódicos nacionales de Aruba. De lunes a sábado, este periódico trata de informar a la población con secciones de carácter nacional e internacional. La lengua utilizada en esta imprenta es el papiamento ya que está dirigido al pueblo local.

Para llevar a cabo este estudio sobre los anuncios publicitarios en la prensa escrita de la isla de Aruba se creó un corpus digital con todos los anuncios publicitarios publicados entre el 1 y 30 de marzo de 2019. Este mes consistió de 24 ediciones publicadas diarias con dos días festivos sin edición. La selección del mes de marzo en lugar de otros meses se debe a la misión de colectar datos más recientes sobre este tema. En total se encontraron 278 anuncios publicitarios.

El criterio para la selección de anuncios se basó en la finalidad que todo anuncio publicitario tiene: vender un producto o servicio. Con esta finalidad en mente se hizo una distinción entre anuncios publicitarios ilustrados y anuncios clasificados. Para este estudio se hizo una separación de estos dos tipos de anuncios por las siguientes razones. Primero, los anuncios publicitarios ilustrados son anuncios en que una empresa contrata un servicio con la imprenta para la publicación de un anuncio y pagando un cierta suma de dinero. Los clasificados, sin embargo, son anuncios que en la mayoría de las imprentas son gratis y en donde una persona puede utilizar este medio para publicar cualquier información ya sea de servicios, ofertas de empleo o/y ventas. Este tipo de anuncios clasificados no contienen ilustraciones y se limitan a un cierto número de palabras. En este estudio no se utilizaron los anuncios clasificados

debido a la repetición continua, desproporcionada y exhaustiva de este tipo en muchas de las ediciones estudiadas, sin variar de posición, de información y de orden.[1] En este estudio solo se analizaron todos los anuncios publicitarios ilustrados debido a la gran peculiaridad de estos. Dentro de este corpus se incluyó también todo anuncio publicitario repetido en otras ediciones debido a que en estudios similares también se ha optado por incluir estos (Troyer, 2012). Además, estos anuncios promueven el uso de las lenguas que se van a estudiar y la repetición puede significar el gran interés de la empresa por el uso de la lengua escogida. En total, se encontraron 72 anuncios repetidos y no se excluyeron de esta investigación.

Para el análisis de estos datos primero se usó un método cuantitativo en que se estudió la frecuencia con que los anuncios recurrían a las siguientes lenguas: papiamento, holandés, inglés y español. A partir de esto, se dividió el corpus en tres partes principales: Anuncios de ofertas de trabajo, anuncios informativos y anuncios comerciales de venta basados en el estudio de Rosendal (2009). La distinción de estas tres partes fue necesaria para estudiar la lengua más frecuente en cada sector.

Como criterio para la selección de **anuncios de ofertas de trabajo** en la prensa se tomaron en esta sección anuncios que anunciaban claramente una oferta de trabajo seguido por el puesto y los requisitos para aplicar. Los **anuncios de información** se analizaron para saber la lengua que se usa en el momento de comunicar una información con un grupo no específico como en cambios de horarios, felicitaciones o acontecimientos relevantes. En cuanto a los **anuncios comerciales**, se incluyeron todos los anuncios en donde la venta de un producto o servicio era explícita y esencial.

Los anuncios estudiados fueron también analizados en cuanto al uso de más de dos lenguas, es decir, anuncios plurilingües. El criterio para la selección de estos anuncios era el uso de más de dos lenguas, pero sin tener en cuenta extranjerismos utilizados en el nombre o logo de una empresa. También se utilizó el método de Troyer (2012) para analizar los ámbitos y las diferentes lenguas en las que aparece este plurilingüismo.

4. Análisis de resultados

En este apartado se analizarán los resultados de este trabajo de investigación. Primeramente, se tratarán los resultados generales sobre la frecuencia de las lenguas utilizadas seguido de un análisis extensivo sobre la lengua utilizada en cada categoría. Por último, se analizarán los casos de plurilingüismo y los ámbitos en los que aparecen estos anuncios.

4.1. Resultados generales

En este estudio analizamos el uso del papiamento, holandés, inglés y español en el periódico Bon Dia. Los resultados generales se encuentran en el gráfico 1.

[1] Veáse Anexo 1

Lenguas	Papiamento	Holandes	Inglés	Plurilingüe
N=278	128	38	86	26
%	46 %	14 %	31 %	9 %

Tabla 3. Frecuencia de las lenguas encontradas en anuncios estudiados (números absolutos y porcentajes)

Según los resultados de la tabla 3, el papiamento es la lengua más frecuente en los anuncios publicitarios en la prensa escrita con un total de 128 anuncios seguido por el inglés con 86 anuncios y el holandés con 38 anuncios. El español no apareció en ninguno de los anuncios estudiados en esta imprenta. Esto puede indicar que el español no es usado para la comunicación en la prensa. Estos datos no nos sorprenden. Según Carroll (2015), el español es una lengua con bajo prestigio en la isla. También hay que notar que el uso del holandés, siendo idioma oficial, no es significante. En este gráfico también se introdujo el porcentaje de anuncios que constituyen ejemplos de plurilingüismo. Se encontró que un total de 26 anuncios contenían frases u oraciones en más de dos lenguas. Estos datos se analizarán más adelante.

4.2. Ofertas de trabajo

En este apartado se recolectaron los anuncios publicitarios en la prensa que anunciaban una oferta de trabajo. En total, se recolectaron 29 ofertas de trabajo en las 24 ediciones estudiadas. En la tabla 4 se encuentran los resultados obtenidos y las lenguas en las que estos anuncios fueron publicados.

Ofertas de empleo				
Lenguas	**Papiamento**	**Holandés**	**Inglés**	**Plurilingüe**
N=29	1	18	10	0
%	3 %	62 %	34 %	0 %

Tabla 4: Anuncios sobre ofertas de empleo (números absolutos y porcentajes)

Los resultados revelan que la lengua más frecuente a la hora de publicar una oferta de trabajo es el holandés (62 %) seguido por el inglés (34 %) y el papiamento (3 %). Un total de 18 anuncios usaban el holandés como medio de comunicación para ofrecer un empleo. La mayoría de estos anuncios son trabajos en entidades gubernamentales y asociadas con la enseñanza.[2] Este uso puede deberse a la relación política que la isla tiene con los Países Bajos y la posición del holandés como lengua cooficial (Mijts, 2012) que influye también el campo laboral.

En relación con el uso del inglés se encontró que esta lengua es usada principalmente en compañías internacionales o con carácter internacional.[3] El papiamento fue utilizado solo una vez en relación con un trabajo en que solo la motivación era importante.[4]Aunque este anuncio contiene un préstamo del holandés, se categorizó como anuncio en papiamento debido a que

[2] Véase Anexo 2 imagen 1
[3] Véase Anexo 2 imagen 2
[4] Véase Anexo 2 imagen 3

el nombre de esta función no existe en papiamento y la mayor parte de anuncio está escrita en papiamento.

En cuanto a anuncios plurilingües en la categoría de ofertas de empleo no se encontró ningún caso en las ediciones investigadas.

4.3. Anuncios informativos

En este apartado analizaremos los anuncios informativos. Para esta investigación hemos seleccionado anuncios que brindan información sobre cambio de horarios, actividades o acontecimientos generales. En la tabla 5 se encuentran estos resultados.

Anuncios informativos				
Lenguas	**Papiamento**	**Holandés**	**Inglés**	**Plurilingüe**
N=115	92	9	7	7
%	80 %	8 %	6 %	6 %

Tabla 5. Anuncios de información. (números absolutos y porcentajes)

El 80 % de los anuncios informativos estudiados utilizaban el papiamento como lengua informativa mientras que un 9 % utilizó el holandés y un 7 % el inglés. Además, se encontró que un 6 % de los anuncios contenían textos escritos en más de dos lenguas. Estos resultados muestran la importancia del papiamento a la hora de comunicar una información relevante relacionada con una empresa. El papiamento al ser la lengua utilizada para comunicarse diariamente en la comunidad es aceptado por las empresas como una lengua para una comunicación óptima cliente-empresa.[5] Aunque el holandés y el inglés también fueron utilizados en este apartado, su relevancia fue significativamente menor. Los anuncios que utilizaron la lengua holandesa eran anuncios relacionados con el gobierno y la enseñanza.[6] En cuanto al inglés, la mayoría de estos anuncios estaban relacionados con la tecnología.[7] Además, se observaron 7 casos de anuncios de información escritos en dos o más lenguas. En dos casos específicos se observó el uso de un mismo mensaje escrito en dos versiones en papiamento e inglés[8] y otro caso en que solo el título o la palabra cautivadora estaba escrita en holandés y la información general en papiamento.[9] También se encontró un ejemplo muy interesante sobre el uso de más de dos lenguas en un mismo anuncio publicado por el gobierno. [10] Este caso nos resulta muy interesante ya que en sectores como el gobierno, el uso de una lengua oficial, ya sea el holandés o el papiamento, es más usual.

4.4. Anuncios comerciales de venta

Los anuncios publicitarios que expresan un motivo de venta ya sea de un producto o servicio son los anuncios más encontrados en la imprenta Bon Dia. Un total de 134 anuncios fueron analizados en esta categoría. La siguiente tabla expresa estos resultados.

[5] Véase Anexo 3 imagen 4
[6] Véase Anexo 3 imagen 5 y 6
[7] Véase Anexo 3 imagen 7
[8] Véase Anexo 3 imagen 8 y 9
[9] Véase Anexo 3 imagen 10
[10] Véase Anexo 3 imagen 11

Anuncios de venta				
Lenguas	**Papiamento**	**Holandés**	**Inglés**	**Plurilingüe**
N=134	35	11	69	19
%	26 %	8 %	51 %	14 %

Tabla 6. Lenguas utilizadas en anuncios comerciales de venta (números absolutos y porcentajes)

Los anuncios comerciales que incitan a la venta de un producto o servicio son en la mayoría escritos en inglés con un total de 69 anuncios seguido por el papiamento con un total de 35 anuncios y el holandés con un total de 11 anuncios. El inglés es principalmente utilizado en anuncios de venta de productos internacionales y de innovación como marcas de autos, teléfonos inteligentes y electrodomésticos.[11] El uso del inglés en este tipo de anuncios comprueba la teoría del inglés como lengua relacionada con de globalización escrita por Piller (2003). Además, se utilizó el inglés en negocios destinados primordialmente a turistas y situados en el área hotelera. Aun así, para lograr un público más grande, estas empresas adaptaron en algunas ocasiones los precios mencionando no solo dólares americanos, sino también la moneda local que es el florín arubano.[12] Este tipo de anuncios son interesantes ya que este periódico está destinado a un público local. En cuanto al uso del papiamento, los sectores en donde se utilizó esta lengua fueron en anuncios relacionados con la venta de loterías.[13] Esto se puede deber a que el público objetivo en este sector es la población local. El holandés fue utilizado en la mayoría de los anuncios en venta de propiedades.[14] Una posible explicación es que la venta de propiedades es un proceso legal en donde se tienen que cumplir requisitos relacionados con el sistema judicial y administrativo y que normalmente están disponibles en holandés. En cuanto a los anuncios con contenido plurilingüe, se observaron 19 casos en donde muchos ocurren en combinaciones de inglés con papiamento. En un total de 14 ocasiones se utilizó más papiamento que inglés, en 4 casos hubo un mayor uso del inglés que el papiamento y en un solo caso se trataba del uso de una traducción de un texto en ambas lenguas. Ejemplos de estos casos se pueden observar en el anexo en las imágenes 16, 17 y 18 respectivamente de este trabajo. Este tipo de cambios ocurrieron en anuncios sobre casinos, préstamos bancarios, tiendas para el hogar y de ropa, es decir, en ámbitos variados. El anexo 5 presenta todos los anuncios plurilingües que se encontraron en el corpus estudiado.

[11] Véase Anexo 4 imagen 12
[12] Véase Anexo 4 imagen 13
[13] Véase Anexo 4 imagen 14
[14] Véase Anexo 4 imagen 15

5. Conclusión

Los resultados obtenidos en esta investigación han sido muy interesantes y sorprendentes. En la Aruba multicultural del siglo XXI las lenguas papiamento, inglés y holandés están aún presentes en la isla. Durante esta investigación se concluyó que el papiamento es la lengua más usada en anuncios publicitarios en la imprenta Bon Dia seguido por el inglés y el holandés. En este estudio no se encontraron anuncios publicados en español.

En cuanto a las tres categorías principales, en los anuncios de ofertas de empleo se encontró que este tipo de anuncios se publican principalmente en holandés. Una explicación puede ser el estado político con los Países Bajos y el prestigio que esta lengua aún conserva en la educación influenciando así también el campo laboral. En los anuncios de información, el papiamento es utilizado para la comunicación cliente-empresa para informar al lector sobre acontecimientos relevantes. En el campo de ventas, el inglés es más notorio. Esto se debe posiblemente a la influencia de la globalización donde el inglés no solo juega el papel de lengua franca si no también es signo de modernidad y globalización. En cuanto a los anuncios plurilingües se observó que estos son más comunes en anuncios que incitan a la venta de un producto o servicio. Una razón también puede ser la gran influencia de productos traídos del exterior o de marcas reconocidas internacionalmente.

Bamberger (2016) concluyó que el inglés es la lengua más utilizada en vallas publicitarias. Con esta investigación se concluyó que estos resultados no son aplicables a los anuncios publicitarios en la prensa escrita. Este estudio descarta la primera hipótesis por la gran presencia del papiamento en comparación con el inglés. En cuando a anuncios plurilingües por el efecto de la globalización, este estudio encontró un gran porcentaje de anuncios plurilingües. Aún así, en necesario un estudio más a fondo sobre este ámbito para poder brindar un análisis más detallado.

Este estudio brinda una base sobre la situación lingüística actual en los anuncios publicitarios en la prensa escrita y su plurilingüismo. La isla de Aruba muestra que la lengua más frecuente es el papiamento, pero el inglés no se queda muy atrás. Las lenguas de comunicación de mayor uso en los anuncios publicitarios de la prensa escrita son el papiamento, inglés y holandés. Además, el español a pesar de ser la segunda lengua más hablada en los hogares en Aruba no es considerada al publicar anuncios en la prensa escrita. Los resultados de esta investigación son interesantes, pero no se pueden generalizar ya que más estudios son necesarios para dar una mejor imagen sobre el paisaje lingüístico de la isla

Una de las limitaciones de esta investigación es el uso de una sola imprenta. Esto se debió a la falta de recursos digitales en las diferentes imprentas existentes en la isla en el momento de la investigación. En investigaciones futuras se podría considerar investigar un mayor número de imprentas para poder dar una conclusión más detallada sobre el paisaje lingüístico en la prensa escrita de Aruba.

Referencias

Alofs, L., & Merkies, L. (1990). *Ken ta Arubiano?: sociale integratie en natievorming op Aruba. Caraïbische Afdeling Koninklijk Instituut voor Taal-, Land-en Volkenkunde,* Leiden, Holanda.

Alofs, L. (2008). The Aruba Heritage Report. *Aruba's intangible cultural heritage, an inventory*. UNESCO Aruba National Commission.

Bamberger, F. M. (2016). *The Role of English in Aruba's Linguistic Landscape: Representation of Aruba's four dominant languages in written form in the public sphere* (tesina de máster). Universidad de Utrecht, Holanda.

Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Hasan Amara, M., & Trumper-Hecht, N. (2006*).* Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel*. International Journal of Multilingualism*, 3(1), 7-30.

Carroll, K. S. (2015). Language maintenance in the Caribbean: Examining perceptions of threat in Aruba and Puerto Rico. *Language Problems & Language Planning*, *39*(2), 115-135. DOI: 10.1075/lplp.39.2.01car

Garrett, P. (2010). Societal treatment studies. *Attitudes to Language* (pp. 142-158). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511844713.009

Gorter, D. (2006). Introduction: The Study of the Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 1-6, DOI: 10.1080/14790710608668382

Hoefte, R. (1996). Thrust together: the Netherlands relationship with its Caribbean partners. *Journal of Interamerican Studies and World Affairs*, *38*(4), 35-54.

Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of language and social psychology*, 16(1), 23-49. En Gorter (2006, p.2)

Lapeña, V. (2016). *El uso del multilingüismo en los anuncios publicitarios de las revistas del sábado de El País* (tesis de grado). Universidad de Valladolid, Valladolid, España.

Mijts, E. (2012). Taaleisen in personeelsadvertenties in Arubaanse kranten. En: E, Mijts (Ed.) *Seminar Publicaties*. Universidad de Aruba, Oranjestad, Aruba.

Piller, I. (2001). Identity constructions in multilingual advertising. *Language in society*, *30*(2), 153-186.

Piller, I. (2003). 10. Advertising as a site of language contact. *Annual review of applied linguistics*, 23, 170-183.

Richardson, G., Devonish, H. and Chamb, J. (2016). The English creole of Aruba: A community-based description of the San Nicolas variety. Recuperado de https://www.academia.edu/26789758/THE_ENGLISH_CREOLE_OF_ARUBA_A_COMMUNITY-BASED_DESCRIPTION_OF_THE_SAN_NICOLAS_VARIETY

Rosendal, T. (2009). Linguistic markets in Rwanda: Language use in advertisements and on signs. *Journal of Multilingual and Multicultural Development,* 30(1), 19-39.

Troyer, R. A. (2012). English in the Thai linguistic netscape. *World Englishes*, 31(1), 93-112. doi:10.1111/j.1467-971X.2011.01742.x

Wiel, K. (2010). *Perceptions On The Social Status Of Papiamentu In Contrast To Its Official Significance In Aruba And Curacao* (tesina de máster). University of Central Florida, Orlando, Florida.

Fuentes digitales

Central Bureau of Statistics [CBS]. (2012). Fifth Population and Housing Censo Aruba. Recuperado de http://cbs.aw/wp/wp-content/uploads/2012/07/Fifth-Population-and-Housing-Census-Aruba.pdf

Central Bureau of Statistics [CBS]. (2014). Stayover visitors per country/region. Aruba Tourism Authority. Recuperado de http://cbs.aw/wp/index.php/2016/01/22/da-1-aruba-tourism-authority/

Central Bureau of Statistics [CBS]. (2015). Statistical Yearbook 2015. Recuperado de http://cbs.aw/wp/wp-content/uploads/2017/08/Statistical-Yearbook-2015-v-5juli2017.pdf

Central Bureau of Statistics [CBS]. (2019). Quarterly Demographic Bulletin. Recuperado de https://cbs.aw/wp/wp-content/uploads/2019/05/QDB0319.pdf

Departamento di Enseñanza Aruba [EA]. (s.f.). Papiamento. Recuperado de http://www.ea.aw/pages/papiamento/

La prensa escrita. (s.f.). Recuperado de https://www.hiru.eus/es/medios-de-comunicacion/que-es-la-prensa-escrita

Anexo 1: Clasificados

Todos los materiales utilizados en este apartado provienen del periódico Bon Dia publicados en el mes de marzo.

DIABIERNA 1 MAART 2019 A10 CLASIFICADO

BONDIA

Clasificado Economico

PERSONAL GRATIS MX 20 PALABRA- TA ACEPTA AVISO FOR DI 9:00 AM -4:00 PM

PASA LAGA BO AVISO NA OFICINA DI BON DIA ARUBA WESTSTRAAT #22

SERVICIO PUBLICO
PC specialist ta drecha laptop, desktop, elimina virus, riba OS Linux, y Windows tur version
Tel. 561 2545/561 1761

SERVICIO PUBLICO
Gran Feria di Fruta y Verdura na Rococo Plaza diahuebs, diabierna y diasabra 3 or te cu 8 or anochi . Tur siman

SERVICIO PUBLICO
ta yuda busca cas pa cumpra of huur
Tel. 563 1449

SERVICIO PUBLICO
Bo mester servicio di Coaching Politico PR, Marketing efectivo ! Na un bon prijs? anto tuma accion y yama Mr. Dirk
Tel. 583 7192

TA BENDE
un trailer di 30 pia pa 21.500 (taxatie 33.000)
un trailer chiquito pa 5.200.
Tur dos pa 25.500
Tel. 592 9246

SERVIO PUBLICO
Ta ofrece pa verf y chapi cura

TA BENDE
Cuminda Criollo
calco stoba cu arroz y banana, comcomber stoba cu rabo
Deja Vu Cafe & Lounge
Cayena Mall Caya G.F. Betico Croes 22
Tel. 561 1089

SERVICIO
Unified One Events
Photos , films, wedding
Tel. 749 2533

SERVICIO PUBLICO
Psychic Riley let me help solve your problems in love marriage finance career and family with immediate results
Call 001 747271 9899
wyattearp14@sbcglobal.net

TA BENDE
un cas na Rasmijnstraat, San Nicolas di 3 camber y 2 baño
Afls.350.000 yama
Tel. 593 6318

TA BENDE

SERVICIO PUBLICO
Buscando auto pa huur y na bon prijs? yama nos
Tel. 593 9953/ 593 8453

SERVICIO PUBLICO
Handyman
pa tur trabou di verfmento, plumbing tuberia, chapi, limpieza di cura, drecha mata. contact.
Tel. 568 3728

SERVICIO PUBLICO
Barata Barata
Nos ta chapi, lanta sushi, spuit veneno, corta mata, na bon prijs Arubiano balente
Call 592 5766

SERVICIO PUBLICO
ta haci tur sorto di tramite pa imigra na Aruba
Tel.584 5979/ 563 1449

SERVICIO PUBLICO
Master Nails
Pa e miho servicio y experiencia den mantencion y atencion pa

SERVICIO PUBLICO
Figuera Yard Service
Nos ta chapi, corta y planta mata, brinda tur servicio cu bo cura mester. Tira sushi afo, tur esaki na un super bon prijs

SERVICIO PUBLICO
Construction
remodelacion di cas, traha cas, apartment, traha y drecha dak, electricidad, verf pega mosaico, traha cura, plomeria. Bon prijs
Tel. 593 3141

TA BENDE
gordura di mushroom, bo cumpra 10 saco nos por delevery Fls.7.50 pa un
Tel.594 2380

GRATIS
Nos ta piki tur sorto di auto bieu, gratis. Tambe airco, bateria, stoof, wasmachin, frigidaire etc
Tel. 561 4297 / 561 5179

SERVICIO PUBLICO
Mi ta ofrece servicio di electricista, electricidad en general, problema cu corto circuito y mantencion

TA BENDE
Cadilac Escalade preto aña 2007 prijs $10,900
Tel. 739 9191

SERVICIO PUBLICO
Ta haci tur trabou di construccion y carpinteria y tur cos cu ta furamento di stul
Tel : 746 0518

TA BUSCA
Young lady looking for work as a cleaner on house work
Tel.641 9162

TA BENDE
Gordura Ganga
15 saco pa 100 + 2 gratis.
Oferta ta te cu 31 di maart
Tel.733 2542 / 594 2380 / 564 4456

SERVICIO PUBLICO
Se ofrece servicio de reparacion e instalacion de aires acondicionados Split e industrial tambien reparamos frigidaire, cuartos frios y fabricadores de hielo

Anexo 2: Ofertas de trabajo

Imagen 1. Oferta de trabajo en holandés.

STICHTING VOORTGEZET ONDERWIJS ARUBA
h.o.d.n. SMOA
Vondellaan 14, Aruba
Tel: 5831265, Fax: 5831257
E-mail: bestuursmoa@colegioarubano.aw

Het Bestuur van de SMOA roept sollicitanten op voor de functie

Technische opzichter

keeping everything running.

→Functie-informatie:

- Draagt zorg aan de gebouwen onder het beheer van SMOA;
- Adviseert op het gebied van huisvesting, beheer en onderhoud;
- Geeft leiding aan de technische afdeling, het conciërge team, bewaking dienst en huishoudelijke team.

→Functie-eisen:

- Kennis van ontwikkelingen op het gebied van bewaking, huisvesting, beheer en onderhoud van schoolgebouwen;
- Kennis van technische installaties binnen de gebouwen en inzicht in materiaalspecificaties;
- Leidinggevende vaardigheden;
- Stressbestendig, initiatiefnemend en innoverend denkend;
- Goede computervaardigheden;
- Relevantie opleiding op MBO nivo.

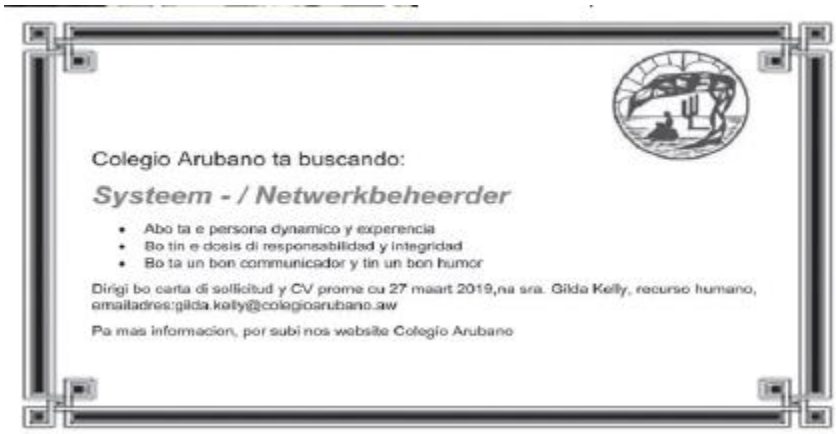
Aangeboden wordt :

- salariëring en secundaire arbeidsvoorwaarden overeenkomstig Bezoldigingsbesluit en regelingen zoals geldig voor ambtenaren.
- een prettige werkkring met een grote mate van zelfstandigheid en verantwoordelijkheid.

Schriftelijke sollicitaties met curriculum vitae uiterlijk één (1) maand na het verschijnen van deze advertentie te richten aan: het Bestuur van de Stichting Voortgezet Onderwijs Aruba t.a.v. mevrouw Gilda Kelly, HR –adviseur
Emailadres: gilda.kelly@colegioarubano.aw

Imagen 2. Oferta de trabajo en inglés

Imagen 3. Oferta de trabajo en papiamento.



Anexo 3: Anuncios informativos

Imagen 4. Anuncio informativo en papiamento.

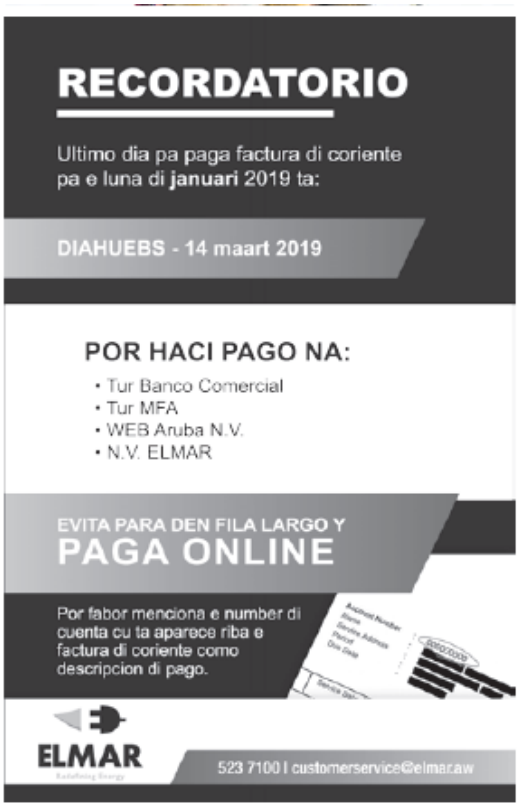


Imagen 5 y 6. Anuncios informativos en holandés.

STATEN VAN ARUBA

OPENBARE VERGADERING OP 19 MAART 2019 OM 09:00 UUR V.M. IN DE VERGADERZAAL VAN DE STATEN VAN ARUBA

TE BEHANDELEN ONDERWERP

Agenda:

1. Ontwerp-landsverordening tot vaststelling van de begroting van de Dienst Openbare Werken voor het dienstjaar 2019.

De Plv. Griffier,

drs. J.L Williams

Imagen 7. Anuncio informativo en inglés.

Imagen 8 y 9. Anuncios informativos en dos lenguas: inglés y papiamento.

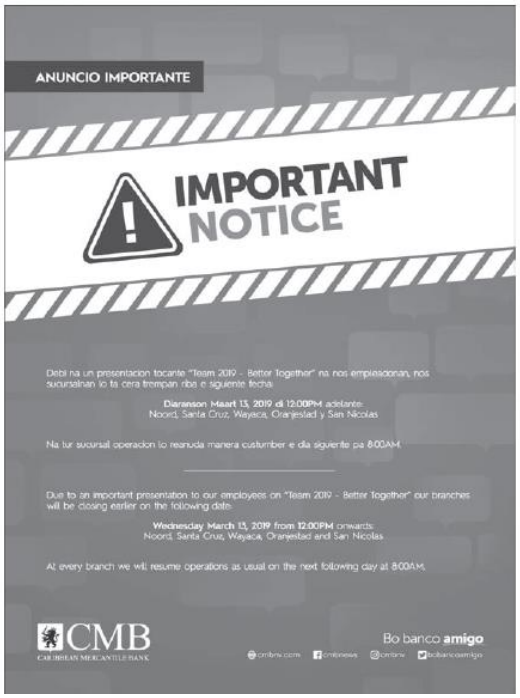


Imagen 10: Título en holandés, información general en papiamento.

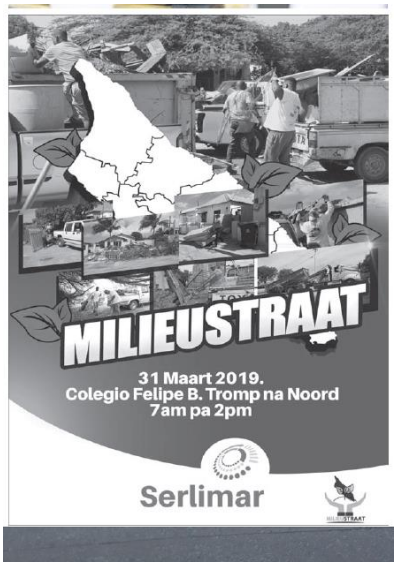


Imagen 11. Anuncio en más de dos lenguas: holandés, inglés y papiamento.

Departamento pa Asuntonan Economico, Comercio y Industria

Prijsnan Maximo

Conforme regulacion ministerial a keda stipula prijsnan maximo di benta pa e siguiente productonan, entrante
2 maart 2019

Articulo/Marca	Contenido	Prijs maximo di benta na e detallista (Afl)	Prijs maximo di benta na e consumidor (Afl)
a.Koffie:			
SANTO DOMINGO	**Gelezen:**		
-roasted ground coffee sachets	20/0.5 lbs.	85,67	5,20
	16/1 lbs.	134,46	10,19
-roasted ground coffee cans	12/10 oz.	81,15	8,20
b.Babyvoeding:			
NUTRILON	**Gelezen:**		
-pepti junior eng-spa	24/400 gr.	738,44	37,31
-ha eng-spa	24/400 gr.	403,89	20,41
-pro expert comfort	12/900 gr.	402,51	40,68
-eng-spa 1	24/400 gr.	325,46	16,45
	12/900 gr.	340,38	34,40
-eng-spa 2	24/400 gr.	306,58	15,49
	12/900 gr.	330,32	33,38
-eng-spa 3	12/900 gr.	315,78	31,91
c.Eetbareolie:			
MAZOLA	**Gelezen:**		
-canola oil	24/16 oz.	109,21	5,52
	12/24 oz.	67,82	6,85
	9/40 oz.	72,37	9,75
-corn oil	24/16 oz.	109,21	5,52
	9/40 oz.	73,76	9,94
-vegetable oil	24/16 oz.	104,66	5,29
	12/24 oz.	61,41	6,21
	9/40 oz.	66,49	8,96
d.Tonijn:			
Bumble Bee	**Gelezen:**		
-chunk light in water	48/5 oz.	97,86	2,47
e.Sardine:			
Bumble Bee	**Gelezen:**		
-in water	18/3.75 oz.	32,73	2,21
f.Zalm:			
Bumble Bee	**Gelezen:**		
-salmon halves	24/7.5 oz.	86,95	4,39
-red salmon talls	12/14.75 oz.	204,83	20,70
-pink salmon talls	24/14.75 oz.	159,59	8,06

Anexo 4: Anuncios comerciales de venta

Imagen 12. Anuncios comerciales en inglés.

Imagen 13. Anuncio comercial en inglés para público local.

Imagen 14. Anuncio comercial en papiamento.

Imagen 15. Anuncio comercial en holandés.

EXECUTORIALE OPENBARE VERKOOP

Veiling | Findishi | Public Auction

11 april 2019 des namiddags om 14.00 uur, zal in de vergaderzaal van de "Aruba Surfside Marina", L.G. Smith Boulevard 7, Oranjestad, Aruba, ten overstaan van notaris mr M.J.C. Tromp of haar plaatsvervanger, de executoriale verkoop, als bedoeld in artikel 3:268 van het Burgerlijk Wetboek van Aruba, bij opbod en daarop volgende afmijning worden gehouden van:

Savaneta | Eigendomsgrond | Inzetprijs: Afl. 354.000,--

een perceel eigendomsgrond groot negenhonderd vier en veertig vierkante meter (944 m2), gelegen te Savaneta op Aruba, kadastraal bekend als Land Aruba Derde Afdeling Sectie H nummer 46, met het daarop gebouwde, plaatselijk bekend als "Savaneta 195-C"

Savaneta | Eigendomsgrond | Inzetprijs: Afl. 63.000,--

een perceel eigendomsgrond groot negenhonderd vier en twintig vierkante meter (924 m2), gelegen te Savaneta op Aruba, kadastraal bekend als Derde Afdeling Sectie H nummer 47

Savaneta | Eigendomsgrond | Inzetprijs: Afl. 260.000,--

een perceel eigendomsgrond groot zevenduizend en twintig vierkante meter (7.020 m2), gelegen te Savaneta op Aruba, kadastraal bekend als Derde Afdeling Sectie H nummer 49 met het daarop gebouwde, plaatselijk bekend als "Savaneta z/n"

Savaneta | Eigendomsgrond | Inzetprijs: Afl. 220.000,--

een complex eigendomsgronden gelegen te Savaneta groot negenduizend tweehonderd zeven en vijftig vierkante meter (9.257 m2) bestaande uit:

a. een perceel eigendomsgrond groot vierduizend vierhonderd en veertig vierkante meter (4.440 m2), gelegen te Savaneta op Aruba, kadastraal bekend als Derde Afdeling Sectie H nummer 50;
b. een perceel eigendomsgrond groot driedduizend tweehonderd tachtig vierkante meter (3.280 m2), gelegen te Savaneta op Aruba, kadastraal bekend als Derde Afdeling Sectie H nummer 51;
c. een perceel eigendomsgrond groot eenduizend vijfhonderd zeven en dertig vierkante meter (1.537 m2), kadastraal bekend als Land Aruba Vierde Afdeling Sectie E nummer 102;

Noord | Erfpacht | Inzetprijs: Afl. 1.029.000,--

het recht van erfpacht tot zeven en twintig juli tweeduizend vijftig op een perceel domeingrond, groot eenduizend eenhonderd en negentig vierkante meter (1.190 M2), gelegen te Salinja Cerca in Aruba, kadastraal bekend als Land Aruba, Tweede Afdeling Sectie C nummer 1020, met het daarop gebouwde, plaatselijk bekend als "Salinja Cerca 9-C"

De veilcondities zullen 8 dagen voor de verkoopdatum ter inzage liggen ten kantore van voornoemde notaris.
De executant behoudt zich het recht voor, de veiling uit te stellen en op te houden zonder de verplichting de reden(en) daartoe te noemen.

Tot en met 27 maart 2019 kan onderhands op het te executeren registergoed worden geboden bij een aan voornoemde notaris mr M.J.C. Tromp gericht geschrift.

Bieders dienen terstond een bankgarantie te overleggen en in het bezit te zijn van een geldig identiteitsbewijs.

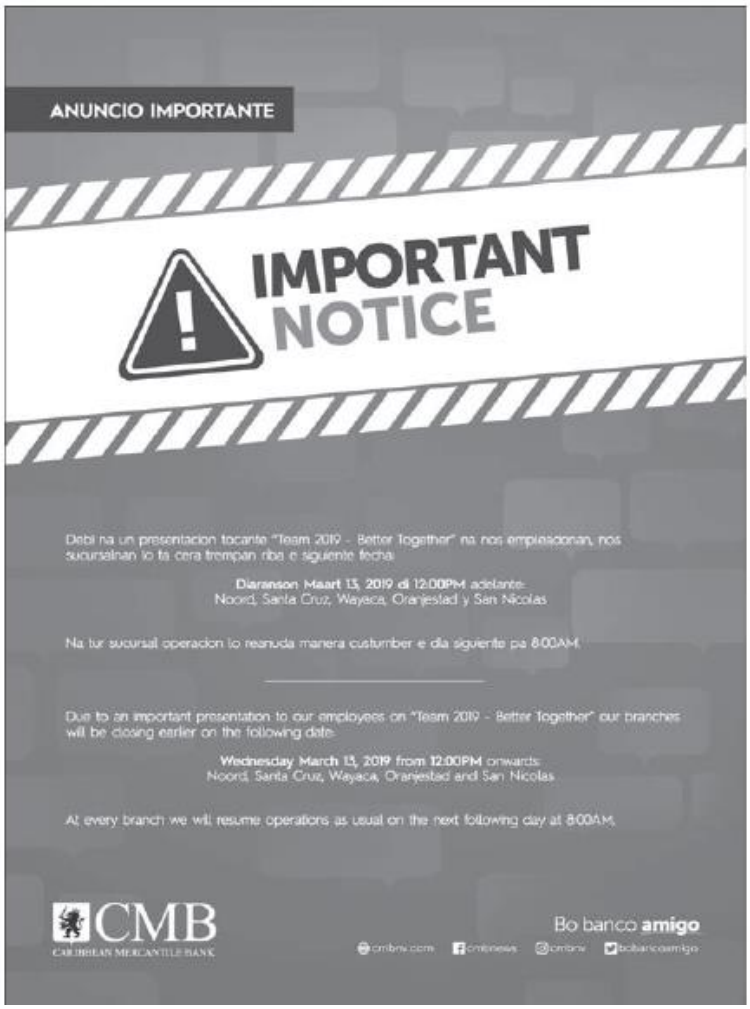
Imagen 16. Uso de más papiamento que inglés.

Imagen 17. Uso de más inglés que papiamento.

Imagen 18. Uso de ambas lenguas en un texto.

Anexo 5: Total de anuncios plurilingües en el periódico Bon Dia del mes de marzo de 2019.

Anuncios de información



X2

MILIEUSTRAAT
31 Maart 2019.
Colegio Felipe B. Tromp na Noord
7am pa 2pm
Serlimar

X3

Departamento pa Asuntonan Economico, Comercio y Industria
Prijsnan Maximo

Conforme regulacion ministerial a keda stipula prijsnan maximo di benta pa e siguiente productonan, entrante
2 maart 2019

Articulo/Marca	Contenido	Prijs maximo di benta na e detallista (Afl)	Prijs maximo di benta na e consumidor (Afl)
a.Koffie:			
SANTO DOMINGO	**Gelezen:**		
-roasted ground coffee sachets	20/0.5 lbs.	85,67	5,20
	16/1 lbs.	134,46	10,19
-roasted ground coffee cans	12/10 oz.	81,15	8,20
b.Babyvoeding:			
NUTRILON	**Gelezen:**		
-pepti junior eng-spa	24/400 gr.	738,44	37,31
-ha eng-spa	24/400 gr.	403,89	20,41
-pro expert comfort	12/900 gr.	402,51	40,68
-eng-spa 1	24/400 gr.	325,46	16,45
	12/900 gr.	340,38	34,40
-eng-spa 2	24/400 gr.	306,58	15,49
	12/900 gr.	330,32	33,38
-eng-spa 3	12/900 gr.	315,78	31,91
c.Eetbareolie:			
MAZOLA	**Gelezen:**		
-canola oil	24/16 oz.	109,21	5,52
	12/24 oz.	67,82	6,85
	9/40 oz.	72,37	9,75
-corn oil	24/16 oz.	109,21	5,52
	9/40 oz.	73,76	9,94
-vegetable oil	24/16 oz.	104,66	5,29
	12/24 oz.	61,41	6,21
	9/40 oz.	66,49	8,96
d.Tonijn:			
Bumble Bee	**Gelezen:**		
-chunk light in water	48/5 oz.	97,86	2,47
e.Sardine:			
Bumble Bee	**Gelezen:**		
-in water	18/3.75 oz.	32,73	2,21
f.Zalm:			
Bumble Bee	**Gelezen:**		
-salmon halves	24/7.5 oz.	86,95	4,39
-red salmon talls	12/14.75 oz.	204,83	20,70
-pink salmon talls	24/14.75 oz.	159,59	8,06

Anuncios comerciales de venta

X4

Dia Himno di & Bandera
Sale
10%
NON - MEMBERS
15%
10% CASH + 5% ON POINTS
MEMBERS
FULL TIENDA
EXCLUI LUMBER & SUPERMARKET
FULL TIENDA
EXCLUI LUMBER & SUPERMARKET
Diasabra 16 maart 2019
Shaba ▪ Camacuri ▪ Savaneta
SUPER Do it Center
Do it Center

SUPER
Doit Center
Bo Famia Pa Semper!
Weekly SPECIALS
SAVE 1.00
6.39
Per Bag
5LB
Carrots Cello
SAVE 2.51
12.99
Per KG
1KG
Pork Tenderloin
SAVE 0.50
2.25
Per KG
BUMBLE
Chunk Light Tuna
1KG
Bumble Bee Chunk Light Tuna in Water 4oz
SAVE 2.00
12.85
Each
EE Towel Mighty Regular 6 Roll

BIGGER BETTER
Bingo!
Celebrando Himno y Bandera
DOOR PRIZES
4 x ...AWG 500,-
SUNDAY
March 17th &
MONDAY
March 18th
Starting at
6:00PM
PROGRESSIVE ABOVE AWG.....(IF NOT WON)
POWER BALL AWG.....
Bingo Package AWG 100 for both days
Location: Renaissance Convention Center & Crystal Theater
Day 1 :
Game 1 : AWG 1,000
Game 2 : AWG 1,000
Game 3 : AWG 1,000
Game 4 : AWG 1,000
Game 5 : AWG 1,000
Game 6 : AWG 5,000
Game 7 : AWG 5,000
Game 8 : AWG 10,000
Game 9 : Progressive 51 + 1,000
Game 10 : AWG 15,000
Day 2 :
Game 11 : AWG 1,000
Game 12 : AWG 1,000
Game 13 : AWG 1,000
Game 14 : AWG 2,000
Game 15 : AWG 2,000
Game 16 : AWG 2,000
Game 17 : AWG 10,000
Game 18 : AWG 10,000
Game 19 : Progressive 51 + 1,000
Game 20 : AWG 30,000
WIND CREEK
CRYSTAL CASINO
Located at the Renaissance Aruba Resort & Casino, L.G. Smith Blvd. #82
For more information, please call 583-6000, ext. 6318 or ext. 6437
See PLAYER SERVICES for details.

!CRAZY DAYS!
ALLTOCAR
Premium Outlet
LG SMITH BLVD 114
744.59.07
4 DAYS LEFT
momacorse momacorse
DANKI ARUBA
50% DISCOUNT ON OILS
CUMPRA 4 TIRE
HAYA E CAMBIO DI AZETA DI BO AUTO FREE!!!
CU AZETA INCLUI
O UN STUUR COVER PA BO AUTO, MARCA MOMO
49 95 AFL
129 95 AFL
165/70R 13
39 95 AFL
175/70R 14
64 95 AFL
ANTES 169 FLS
AHOR 99 95 FLS
BATERIA PA BO AUTO CU E MIHO DURABILIDAD GARANTISA
3 aña di GARANTIA
E MIHO SERVICIO DI CAMBIA TIRE Y BALANCIA CU E MIHO TECNOLOGIA DI E CARIBE
TIRE BALANCE
NEW AIR VALVE
NITROGEN FILL
FREE NITROGENO REFILL MENTER ARA
ALLTOCAR
X2

MAART Specials
CELEBRA DIA DI HIMNO Y BANDERA FULL E LUNA
KIA RIO AWO AWG 25,500
KIA PICANTO AWO AWG 23,000
KIA PICANTO GT AWO AWG 28,500
KIA SPORTAGE AWO AWG 49,000
*Modelo nan riba imagen ta pa ilustracion solamente y por varia pa cada mercado. Prijs nan menciona por varia y ta sin BBO, BAZV,BAVP.
OPENING HOURS MON-FRI 8AM – 5:30 PM + SAT 9AM – 4PM
568-9793
TOPCAR
CAYA ERNESTO PETRONIA 21 | +297-528-9500
FOLLOW US KIA MOTORS ARUBA
KIA
The Power to Surprise
X2

SUPER SHOPPING
Spring SALE
40%
Tur Panja / All Clothing (pariba di awg. 10)
Tur Sapatu / All Shoes (pariba di awg. 10)
Tur Cortina / All curtains
Tur comforter
Tur Tapijt/ All Mats
Articulo di cas / Household items
Articulo di cushina / Kitchen items
Articulo di bano / Bathroom items
40%
25%
Tur coi hunga / All toys (pariba di awg. 10)
Tur pana di cama / All bedsheets
Tur serbete / All towels & napkins
Tur accesorio di auto / All car accessories
Articulo di plastic / All plasticware
Tur mueble / Furniture items
25%
NOS TA HABRI DIADOMING DIA 31 DI MAART PA E BARATILLO!!!
Tel: 5822818 Address: Ooststraat #5, Oranjestad

1, 2 & 5 maart 2019
tempblue
air conditioning
HI WALL INVERTER | 60 HZ
K Series
Up to 17 SEER
Carnaval
Sale
ITEM DESCRIPTION (BTU)
Sale
Total Finance
9000 BTU INVERTER
Afl. 699,-
Afl. 91,52 p/m
12000 BTU INVERTER
Afl. 799,-
Afl. 101,89 p/m
Pipe Kit Included
CASH & CARRY
SUPER Do it Center
Do it Center
SUPER Do it Center
Do it Center

SUPER SHOPPING
CARNAVAL SPECIAL
35%
Tur pana di baby, mucha, y hende grandi (pariba di awg. 10)
25%
Tur sapatu y keds pa mucha, y hende grandi (pariba di awg. 10)
Glitter Joy
Plain t-shirts including NEON colors

BLACK TIE FURNITURE
12 luna sin interes y/of haja 15% discount ora cumpra cash
cu 10% DOWNPAYMENT
BLACK TIE FURNITURE
BUSHIRI #33 • TEL: 587-4444
9:00AM - 6:00PM

X3