

El siguiente valor que destacamos es el disfrute de la vida. Según los emigrantes y los viajeros experimentados, los españoles valoran su propio placer por encima de todo.

Por ejemplo, en un anuncio del Banco GYT Continental vemos que la empresa bancaria española no se centra en los hechos de seguridad y garantía de calidad, sino en los placeres, las alegrías de la vida, los momentos y etapas felices de la vida, o sea, en los beneficios que recibe la gente si utiliza los servicios del banco. De tal modo la compañía bancaria muestra la gran vida y al final nos damos cuenta de que es un anuncio de un banco.

Otro valor que destacamos entre los españoles es la pasión por el fútbol. El fútbol en España es muy popular y tiene una fuerte influencia en la cultura.

Como ejemplo, la nueva campaña de Banco Santander consta de dos versiones y cuenta la historia de lucha y superación de Mahia Macías. «*Cumplí un sueño; ahora iré por el siguiente. El fútbol lo puede todo!*», — dice Mahia. Por tanto, notamos como los autores promocionan los servicios bancarios a través de la pasión de los españoles por el juego.

En resumen, vemos que la apelación a los valores culturales es un rasgo característico del discurso del anuncio de televisión española. La elección del mensaje adecuado para promocionar es crucial para el éxito de la publicidad, ya que puede influir en la forma de los consumidores de vivir sus vidas, percibir sus necesidades y deseos, y si piensan en sí mismos y cómo lo hacen, especialmente cuando se promueve a través de diferentes canales de comunicación.

**V. Kuznetsova**

**В.А. Кузнецова**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель А. Мухика*

## **LAS TRADUCCIONES LITERARIAS DE CARLOS SHERMAN. PUENTE ENTRE LAS LITERATURAS BIELORRUSA Y LATINOAMERICANA**

**Литературные переводы Карлоса Шермана. Связующее звено между  
белорусской и латиноамериканской литературами**

La presente investigación tiene como objetivo demostrar la importancia de las traducciones de Carlos Sherman en la divulgación de la literatura belarusa e hispanoamericana en la segunda mitad del siglo XX.

La traducción literaria es la traducción de textos que tienen la consideración de obras literarias (novelas, cuentos, poemas, etc.). El texto traducido debe tener las características de un texto literario original. Esto requiere que el traductor tenga un conocimiento profundo del idioma original y el idioma de traducción.

Carlos Sherman fue un traductor literario que tradujo obras del belaruso al español y del español al belaruso. Sherman nació en Brasil en 1934 y luego se fue a Uruguay. Su padre fue un emigrante judío del oeste de Belarús y su madre tenía ascendencia americana. Se crio en Argentina y estudió filología en la Universidad de Morón en Buenos Aires. En 1956 Sherman emigró en 1956 de Uruguay a Belarús con su familia. En un principio, Sherman trabajó como tornero en una fábrica de cerillas en Minsk, luego como traductor y bibliotecario. Desde 1980 Carlos Sherman se dedicó al trabajo literario hasta su muerte en 2005.

Pero Carlos Sherman no solo fue traductor, fue también escritor, activista de derechos humanos y vicepresidente honorario de la Asociación Internacional de Escritores de Belarús. Sherman tuvo las dos nacionalidades: belarusa y uruguaya. Su principal objetivo fue promover los idiomas belaruso y español y difundir entre los belarusos y latinoamericanos el amor hacia la literatura, especialmente hacia la poesía. Carlos Sherman dejó como herencia sus traducciones al español de las obras de varios escritores y poetas belarusos, entre ellos Yakub Kolas, Yanka Kupala, Rygor Borodulin, Vasil Bykov. También tradujo al belaruso algunas obras de escritores y poetas latinoamericanos como Nicolás Guillén, Gabriel García Márquez, Gabriela Mistral.

Para demostrar cómo las traducciones de Sherman se constituyeron en un puente entre las literaturas belarusa y latinoamericana puede citarse la traducción que realizó de los versos más conocidos de Yanka Kupala y Yakub Kolas en la colección de poemas Flor de helecho publicado en 1982 por la editorial Yunatstva.

Hay que puntualizar que por literatura belarusa se entiende aquella escrita en el idioma belaruso o por autores belarusos. Por su parte, la literatura Iberoamericana es la escrita en español o en portugués, así como en lenguas indígenas de América. Esta literatura refleja la vida y costumbres de los pueblos latinoamericanos.

Yanka Kupala y Yakub Kolas son dos de los más importantes poetas de Belarús. Estos clásicos literarios encarnaron el desarrollo de la cultura nacional de los belarusos no solo en la URSS, sino también en América Latina. Kupala y Kolas se convirtieron en los símbolos de la diáspora belarusa en Argentina. Incluso varias asociaciones públicas en ese país llevan sus nombres, se realizaban eventos conmemorativos, sus obras eran adquiridas por los emigrantes belarusos en Argentina.

En referencia a Carlos Sherman, como se sabe, él también fue emigrante. A pesar de todas las dificultades que tuvo al principio al llegar, amó Belarús como su patria. Tradujo las obras más conocidas de Y. Kupala y Y. Kolas como Mujik, Pues dime, ¿quién es?, Simón el trovador y fragmentos de Tierra Nueva. Asimismo, tradujo al idioma belaruso los versos escogidos de Gabriela Mistral en estrecha colaboración con R. Borodulin. Estas traducciones fueron publicadas por la editorial Zmiter Kolas. En 1978 fue publicada la traducción de Sherman de los versos de Nicolás Guillén. Sherman tradujo también la novela El amor en los tiempos del cólera de García Márquez la cual fue publicada en 2017 por la editorial M. Yanushkevich.

Se puede concluir, sin duda, que Carlos Sherman logró difundir la literatura belarusa e hispanoamericana y se convirtió con sus traducciones en un puente entre estas las culturas de Belarús e Hispanoamérica en la segunda mitad del siglo XX.

**A. Kukharchuk**

**А.В. Кухарчук**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель Т.В. Ковалькова*

## **EL PAPEL DE LOS MEMES EN LA POPULARIZACIÓN DE LA VACUNACIÓN EN EL ESPACIO COMUNICATIVO DE AMÉRICA LATINA**

### **Роль мемов в популяризации вакцинации в коммуникативном пространстве Латинской Америки**

La cultura como fenómeno se puede expresar de muchas maneras: a través de artes plásticas, canciones, literatura, lenguaje. Pero en la etapa actual del desarrollo de la humanidad, es interesante estudiar tal milagro tecnológico como Internet y descubrir cómo con la ayuda de las particularidades del entorno virtual se hace posible estudiar la cultura de diferentes países.

El desarrollo del Internet se refleja igual en todos los países donde hay acceso abierto a éste (la popularidad de varias aplicaciones o sus análogos, formas de búsqueda o redes sociales). Una de las ventajas relevantes del Internet es que da a las personas la oportunidad de expresar sus pensamientos abiertamente. Como resultado, en el Internet surgen los memes — unos de los fenómenos más creativos e ingeniosos del ciberespacio.

**El objetivo** de nuestra investigación es determinar el papel del meme en la popularización de la vacunación. **El objeto** de estudio son los memes sobre la vacunación situados en el espacio virtual comunicativo de Belarús y países de América Latina.

Los memes son una forma única de compartir la opinión sobre cualquier tema de una manera cómica. Es una idea, un objeto cultural, un mecanismo de almacenamiento y transmisión de información, que es entendido por muchos representantes de la sociedad. Por lo general, son imágenes con inscripciones, palabras, frases, vídeos, canciones e incluso sonidos. Como imágenes, se pueden usar fotos famosas, imágenes de películas, imágenes que transmiten diferentes estados de ánimo. Los memes pueden ser frases de personas famosas que han sido objeto de una amplia discusión y, como resultado, se han vuelto algo clásico.

Un factor importante en la comprensión de los memes es la pertenencia del receptor a un grupo de personas específico. Por ejemplo, social, de edad, profesional o cultural.

En el contexto de las culturas, los memes pueden reflejar las condiciones y los estados de ánimo de los representantes de un pueblo en particular y en un momento histórico