



**Belphegor**

Littérature populaire et culture médiatique

12-1 | 2014

Fantastic Narratives

---

## [In]flujo de las telenovelas latinoamericanas en África : popularización, efectismo y corolarios

Georges Moukouti Onguedou

---



### Electronic version

URL: <http://journals.openedition.org/belphegor/463>

DOI: 10.4000/belphegor.463

ISSN: 1499-7185

### Publisher

LPCM

### Electronic reference

Georges Moukouti Onguedou, « [In]flujo de las telenovelas latinoamericanas en África : popularización, efectismo y corolarios », *Belphegor* [Online], 12-1 | 2014, Online since 15 June 2014, connection on 21 December 2020. URL : <http://journals.openedition.org/belphegor/463> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/belphegor.463>

---

This text was automatically generated on 21 December 2020.



Belphegor est mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

---

# [In]flujo de las telenovelas latinoamericanas en África : popularización, efectismo y corolarios

Georges Moukouti Onguedou

---

- 1 “Telenovela”, palabra española compuesta de “tele” (televisión) y “novela” (narración de sucesos), es en su sentido etimológico, una novela filmada y grabada para su retransmisión a diario y por capítulos o episodios a través de la televisión. Hunde sus raíces en el melodrama – que nace en Europa en el siglo XVIII –, por lo que encierra en ella elementos propios de la música (melo o meloso) y del teatro (drama). En América, es en la Cuba de los años 1940 y 1950 donde aparece el melodrama por primera vez, en forma de radionovela – narración emitida por radiodifusión, generalmente por capítulos seriados – con la mezcla de elementos del folletín francés del siglo XIX y de la “Soap Opera” estadounidense. Se expande luego al resto de la subregión latinoamericana en forma televisiva, adaptándose a la idiosincrasia de cada país; de ahí su latinoamericanización; de ahí también el tipo de melodrama que va de México, Brasil, Colombia, Venezuela, Argentina y que se llama telenovela latinoamericana (José Ignacio Cabrujas, 2001).
- 2 La internacionalización de este producto empezó en los años 1990 y en ese momento, eran los Estados Unidos, los países europeos y asiáticos los que lo importaban. El interés de las televisiones africanas por este producto latinoamericano es muy reciente, obviamente por haber tardado en liberalizarse el sector audiovisual.
- 3 La gran presencia de las telenovelas latinoamericanas en el mercado cultural mundial obedece al florecimiento de la industria cultural<sup>1</sup> en Latinoamérica. Cada industria cultural, según Arnaud Diemer (2001 :5), “ est aussi une tradition, enracinée dans une histoire locale, mais qui par le biais de la technologie, des investissements et du marché, a une vocation mondiale ”. Efectivamente, las telenovelas son un producto específico a esta parte del mundo que es Latinoamérica. Las últimas décadas nos dejan pensar que este

producto es la mayor exportación latinoamericana al mundo ; de ahí, la mundialización de la cultura, entendida por Arnaud Diemer como “ la circulation des produits culturels à l'échelle mondiale ” (2001 :2).

- 4 En este marco de la mundialización de la cultura, no es de extrañar el que África – que guarda ciertos lazos históricos y culturales con Latinoamérica –importe también las telenovelas procedentes de este subcontinente americano. La proliferación de este producto en los países africanos puede deberse a su dimensión folclórico : costumbres, fiestas, canciones, juegos, creencias, romances, historias inspiradas en la cotidianidad de la vida, hechos cómicos y picarescos, etc. Como fenómeno popular, debe captar la atención de los poderes públicos, los medios de comunicación, los profesionales de la educación, los actores sociales, el empresariado cultural y económico, etc.
- 5 De acuerdo con Jorge A. González (1994), se puede apreciar el fenómeno telenovelesco desde cinco enfoques :
  - el efecto causado por los contenidos de las telenovelas sobre sus aficionados, o sea, el efectismo telenovelesco ;
  - la telenovela como una narración cuyas estructuras pueden estudiarse semiótica y lingüísticamente ;
  - las telenovelas como repercusión tendenciosa de una cosmovisión con vista a manipular ideológicamente a los telespectadores ;
  - el grado de aprovechamiento de los receptores y el uso que éstos hacen de este producto ;
  - la telenovela como instrumento para el desarrollo, sobre todo en el campo de la educación.
- 6 Estos enfoques apreciativos pueden ayudar a los investigadores – cada uno en su campo – para estudiar el fenómeno. Nuestro artículo, que no pretende ser un estudio exhaustivo ni pormenorizado de estos enfoques de aprecio y estudio de las telenovelas, va a organizarse en torno a la popularización, o sea al éxito y a la fruición de estas telenovelas en África (y específicamente en Camerún), al efectismo telenovelesco y a los posibles corolarios de este producto para nuestras sociedades.

## Popularización : éxito y fruición

- 7 Las telenovelas latinoamericanas entran en los programas televisivos máspreciados por el público y con mucha audiencia. Por falta de una audimetría – un sistema que permite determinar cuáles son los programas más vistos – en nuestros países, hemos echado una mirada a las diferentes programaciones televisivas de dos de las cadenas camerunesas más vistas. La programación televisiva semanal de la CRTV (Cameroon Radio & Television) en 2008 era, según Enoh Tanjong, Jeanette Minnie y Hendrik Bussiek (2012 :63), de 70,5 % para los programas locales y de 29,5 % para los extranjeros. Las comedias y teleseries representaban los 13, 5 %. En cuanto a la programación de STV (Spectrum Television), era esencialmente compuesta de 72,4 % de producciones locales y de 26,6 % de producciones extranjeras. Las comedias y teleseries ocupaban el 9,1 % de la antena. Veamos ahora el número de telenovelas latinoamericanas que tres cadenas camerunesas, líderes en audiencia<sup>2</sup> en la materia, vienen proponiendo (en francés o inglés) a sus telespectadores en los tres últimos años :
  - CRTV (Cameroon Radio & Television) : *La Fille du Jardinier / La Hija del Jardinero*, reemplazada luego por *Coeur Brisé / Corazón Partido* (telenovelas mexicanas emitidas de lunes a viernes, entre las 20h y las 20h 30, con repetición los mismos días a las 12h 30) ; *Un Palace pour Deux /*

*Un Palacio para Dos* (de lunes a viernes, entre las 21h y las 21h 30, con repetición los mismos días a las 11h 30) y *The Favorite* (telenovela brasileña emitida entre las 19h y las 19h 30, de lunes a viernes).

- Canal2 International : *Entre Justice et Vengeance / Pura Sangre* (telenovela colombiana) e *India in Love Story* (realizada entre Brasil e India, con acciones en ambos países), emitidas de lunes a viernes, entre las 19h30 y las 20h, y repetidas los mismos días a las 12h. *Más Sabe el Diablo* (una telenovela realizada en Estados Unidos, en un ambiente hispano, con actores procedentes de México). Fue emitida de lunes a viernes, a las 20h30 y repetida de lunes a viernes a las 14h. *Rédemption* (telenovela brasileña) sustituye *Más sabe el Diablo*, con la misma programación.
  - STV2 (Spectrum Television 2) : *Daniela* (telenovela mexicana) es emitida a la una y media, de lunes a jueves y repetida de lunes a viernes a las 9h30 ; *Amour Impossible / Amor Imposible*, (también mexicana) pasa de lunes a jueves a las 18h30 y se repite de lunes a viernes a las 11h.
- 8 En esta programación, estamos ante una respuesta a una demanda cada vez mayor de nuestras sociedades. Además, si consideramos que algunas de estas telenovelas se componen de “un número cerrado de episodios que oscila entre 60 y 250 capítulos” (Lorenzo Vilches, 1997 :51), lo que puede necesitar hasta un año completo, e incluso más para su retransmisión televisiva, es obvio entender que la demanda es fuerte, la audiencia numerosa y la fruición consecuente<sup>3</sup>.
- 9 Generalmente, la mayoría de la gente come en casa entre las siete y las nueve de la noche, y otra, aunque ahora poca (por la nueva programación del horario laboral), entre el mediodía y las 15h. Es precisamente a estas horas cuando emiten las telenovelas, las cuales sirven de sobremesas a las familias. En un principio eran niños y mujeres los cautivados. Pero últimamente empiezan a interesarse a ellas los hombres. Éstos, acostumbrados a salir con amigos y a consumir en los bares después del trabajo, regresaban tarde a casa. Ahora, muchos de ellos visionan estas telenovelas, en beneficio de la familia que aprovecha la ocasión para reunirse, compartir sonrisas y frustraciones, creando así espacios de comunicación familiar. De este modo, el tejido familiar tiende a solidificarse y sobre todo si los padres comentan orientativamente los contenidos, contribuyendo a construir su ideal de educación.
- 10 Hablar de audiencia y fruición sugiere abrir una ventana hacia las incidencias económicas que la comercialización de este producto genera. Según Cecilia Solange Bruno (2004), la telenovela “es la principal industria televisiva de Latinoamérica” (4). Es más, “un negocio que genera una gran cantidad de ingresos a Latinoamérica, aproximadamente 130 millones [de dólares] por año, negocio en el que México continúa siendo el líder acompañado por Brasil y Venezuela” (19).
- 11 Como en la mayoría de las televisiones en Latinoamérica, en las televisiones africanas en general y las camerunesas en particular, los ingresos generados por la difusión de las telenovelas son cuantiosos, pues éstas “son consideradas en ocasiones las que sostienen toda la programación, debido a la cantidad de dinero que logran obtener de la venta de sus espacios, que resultan ser los más caros a causa del gran número de audiencia que ellas atraen” (Cecilia Solange Bruno, 2004 :17). Se entiende entonces que los espacios publicitarios favorecidos por la difusión de telenovelas son los más rentables para nuestras televisiones. Algunas de estas televisiones llegan a veces a impacientar a sus aficionados con una rebosada publicidad.

- 12 Por otra parte, y más allá de las televisiones, gracias a las telenovelas latinoamericanas florece en nuestros países una economía informal. En efecto, unos espabilados, por lo general parados, se valen de su ingenio creador para montar un negocio, aprovechando el éxito y la fama alcanzados por algunos protagonistas de estas telenovelas. En su tiempo, la difusión de *Marimar* por la CRTV dio lugar a la venta masiva de camisetas con fotos de Sergio y Marimar, dos héroes amorosos que superaron la adversidad. El mismo negocio se ha visto últimamente, con el éxito de *Más Sabe El Diablo*, cuyos protagonistas – Ángel Salvador y Manuela Dávila – enganchan a los telespectadores. Gracias a ellos se han confeccionado y vendido con sus fotos camisetas, gorras, cuadernos, bolígrafos y otros gadget para jóvenes y escolares. Esta telenovela ha venido ayudando asimismo a gran número de vendedores ambulantes de discos y videos piratas ganarse la vida, y con ello, mantener a sus familias. Como se puede notar, las telenovelas latinoamericanas inciden, de una manera u otra, en la economía formal e informal de nuestros países.

## El efectismo telenovelesco

- 13 Entendemos por efectismo telenovelesco el conjunto de efectos creados por las telenovelas y que encaminan a los receptores hacia cierta finalidad. El sensacionalismo y la espectacularidad forman parte de los objetivos perseguidos por los productores de las telenovelas. Al ver una telenovela, uno se acerca, y luego puede interesarse en la historia y la vida de los demás. Esta adhesión parte precisamente de los actores con los que los televidentes se identifican y se dejan impresionar líricamente. La telenovela latinoamericana incorpora características propias al melodrama clásico que, según Cecilia Solange Bruno (2004 :6) son :
- “El final feliz ; el maniqueísmo (los personajes son claramente clasificables en buenos y malos) ; personajes símbolos, sin matices, planos, que funcionan como tipos y arquetipos ; el efectismo y espectacularidad ; el uso del improbable y el absurdo como herramientas estéticas ; la búsqueda del máximo impacto posible en el público ; la prioridad de lo sentimental y la colaboración con otras artes, en especial la música.
- [...] un principio de justicia, la obra intenta demostrar que quien elige el camino del mal finalmente será castigado, y quien elige el del bien más allá de padecer a lo largo de la historia innumerables sufrimientos terminará por ser recompensado.
- [...] el triunfo de la virtud, de la bondad, y esto se demuestra recurriendo a hipérboles y antítesis grandiosas”.
- 14 De estas características, se desprende que las telenovelas latinoamericanas suscitan, como el melodrama clásico, emociones, sensaciones, sentimientos, sueños y ansias en el público, así como algunas expectativas, por lo general sociales : normas, roles, categorías y sanciones. Aunque para Covarruvias, Bautista y Uribe (1994 :166) la trama central de estas telenovelas radica en la presentación de los problemas y conflictos y su resolución en la vida sentimental de los protagonistas, hay que precisar que, como la novela, hay varias intrigas cuyo propósito final es conmover y conquistar a un mayor número de la audiencia, en función de las sensibilidades individuales, la edad, el género, la categoría social, etc.
- 15 Las telenovelas latinoamericanas proponen modelos próximos al ambiente sociocultural y socio histórico de sus pueblos. Todas abordan y desarrollan una temática de lo público y lo privado : la vida en sociedad, el amor, la [in]fidelidad, la venganza, el poder, la riqueza,

la pobreza, la traición, etc. Son particularmente problemas de clases, de la vida cotidiana de las familias, las relaciones en el trabajo (empresas o campos), los conflictos personales, raciales, sociales o amorosos. Como aciertan Mazziotti Nora y Martín Barbero (1993) citados por Cecilia Solange Bruno, “la telenovela en Latinoamérica es un género que abre un espacio entre el relato y la vida, que conjuga lo cultural, lo popular y el melodrama, constituyéndose en espacio de confrontación cotidiana entre el sentido de lo nacional (las sensibilidades, las temáticas y los personajes propios) y el de lo transnacional: los modelos y formatos televisivos en su capacidad de trascender las fronteras nacionales” (2004 :8).

- 16 El efectismo telenovelesco reside también en el suspense. En efecto, con la emisión de la telenovela por entregas o capítulos o episodios, la emoción, la incertidumbre y el interés por ver la prosecución se acentúan. Eso que supone la detención de la acción obliga al televidente a no perder el siguiente episodio, y así, está continuamente enganchado a la televisión.

## Corolarios

- 17 El fenómeno de las telenovelas en general y las latinoamericanas en particular no es sin consecuencias – tanto positivas como negativas – sobre los aficionados y demás personas. Este producto vehicula y transmite unas formas de ser, hacer y pensar : los valores y antivalores, los arquetipos en pro de la humanización y deshumanización de la vida, los riesgos de aculturación y alienación educacional y comportamental, independientemente de la edad, el género o la clase social. Todo está en su contenido y la apreciación que los aficionados hacen de éste.
- 18 Los valores y antivalores guían la conducta humana desde la adolescencia hasta su consolidación en la madurez. Aunque resulta ser una afirmación perogrullesca, no es inoportuno ni innecesario decir que la existencia humana se desarrolla en torno a un sistema de valores y antivalores (el Bien / el Mal y la Bondad / la Maldad) así como a nuestra condición de Rico/Pobre y de Hombre/Mujer. Pues es precisamente alrededor de estos conceptos que giran las diferentes acciones e intrigas.
- 19 De una teleserie latinoamericana a otra, el televidente puede apreciar algunos valores que se transmiten, a efectos pedagógicos y andragógicos. El amor – tema y valor principal – es ora teñido por una pasión aflictiva (por ejemplo Carlos Eduardo y Luisa Fernanda, Ángel Salvador y Manuela Dávila en *La hija del Jardinero* y *Más Sabe el Diablo* respectivamente. Es ora manchado por una codicia que altera los sentimientos (Sergio y Nelly en *Corazón Partido*, por ejemplo). Este tema de amor se manifiesta, en concreto, bajo formas múltiples : por el próximo, la pareja, la vida, el trabajo o la familia. La alegría (sentimiento necesario para agradar y llevar una vida placentera), la amistad (muy importante en las relaciones interpersonales), la compasión, la honestidad, la responsabilidad, la esperanza, la fidelidad, la justicia, la perseverancia, el optimismo, el perdón o la solidaridad son otros de los valores que se desprenden de estas telenovelas.
- 20 Frente a estos valores que nos parecen lecciones de vida, aparecen unos vicios, los cuales contribuyen a aplastar las diferentes conductas morales : la ambición desmesurada y páfida, la violencia, el arribismo, la infidelidad, la banalización de la sexualidad, la soberbia, la ordinariez, la venganza, la delincuencia, el odio, la mentira, el egocentrismo,

la irresponsabilidad parental, la manipulación, la arrogancia, la prostitución, el acoso o la violación sexual, la servidumbre, etc.

- 21 En relación con estos valores y antivalores, aparecen unos arquetipos en pro de la humanización o deshumanización de la vida. Nos referimos, por un lado, a los héroes telenovelescos latinoamericanos con los que unos televidentes aspiran a identificarse. Además, aparecen mujeres y hombres ideales. Vemos entonces cómo los padres dan a sus hijos – de cultura francófona o anglófona – nombres como Sergio, Marimar, Ángel, Manuela, Ricardo, Antonio, Rosi, etc, en recuerdo de los protagonistas modelos de estas telenovelas. Los comerciantes en cuanto a ellos aprovechan la oportunidad para vender a los jóvenes materiales didácticos y camisetas con fotos de estos protagonistas telenovelescos. Para los hispanófilos y lusófilos, las telenovelas latinoamericanas son una ocasión de aprenderse palabras ; escuchar canciones ; apreciar y admirar ritmos, festejos y otros elementos culturales de esta subregión americana.
- 22 Sin embargo, es de lamentar por otro lado lo perversas que son algunas acciones y costumbres vehiculadas por estas telenovelas. Los contenidos de este producto no se adecúan siempre con las realidades sociales y culturales de nuestros países. Refiriéndose al impacto sociocultural de estas telenovelas latinoamericanas, Pape Issakha Dieng citado por Akim Amazebo<sup>4</sup> piensa en este sentido que  
 “l’impact des séries est négatif, car elles ne sont pas ajustées à nos valeurs sociales et religieuses. Elles ne sont pas adaptées, et ne suscitent pas des réflexions capables d’éveiller la conscience. Si elles sont diffusées dans nos contrées africaines, cela est dû au fait que ce sont des populations dociles, manipulables, fragilisées par la pauvreté, leur inculture. Ces téléfilms ne sont donc pas en adéquation avec notre milieu socioculturel”.
- 23 Aunque algunas de estas palabras nos parecen en parte muy terminantes y hasta fanatizadas, es de reconocer que este socio antropólogo senegalés acierta cuando habla de la inadecuación de estas telenovelas con nuestros valores sociales y religiosas : comportamientos de unos actores que no están exentos de cursilería ; banalización del matrimonio y de la sexualidad ; culto a la personalidad, al dinero o al lujo, discriminaciones sociales y raciales, etc. Es precisamente esta crisis de valores sociales y religiosas la que llevó al Papa Benedicto XVI a criticar las telenovelas durante su viaje a Brasil. Para el Vaticanoista Giuseppe De Carli, el Pontífice lamentó el que estas ficciones « ridiculizan la santidad del casamiento y la virginidad [...], no presentan a familias normales. Hay infidelidades, traiciones, hay hijos nacidos fuera del casamiento, personas que pasan de una a otra cama y hay sexo libre. Todo eso va en contra de la doctrina moral de la Iglesia. [...] En Brasil, lo sabemos bien, a veces no hay pan, pero sí hay televisión en los hogares, en las favelas, en las periferias ». Además, difunden « modelos de vida que no son los que las personas viven normalmente, nos hacen ver situaciones con personas ricas que alcanzan el éxito de forma despiadada, pisando sobre los más débiles ». Por lo tanto, « lo que la Iglesia construye educando a los jóvenes en las parroquias es destruido por la televisión, porque es más fuerte, más incisiva que la predicación de un sacerdote o de un obispo <sup>5</sup> ».
- 24 Por otra parte, acierta también el socio antropólogo senegalés cuando advierte sobre la vulnerabilidad de las poblaciones africanas frente a la invasión de estas telenovelas : poblaciones dóciles, manipuladas, en su gran mayoría incultas y fragilizadas por la pobreza. Aunque buen número de los telespectadores africanos afirman interesarse en estos melodramas para aprender ciertas realidades de la vida o soñar con algo mejor que les pueda prometer la vida, es necesario advertir sobre algunas alienaciones. Vectores de

unas intenciones ideológicas, las telenovelas pueden influir negativamente sobre las conciencias de sus aficionados.

- 25 En consecuencia, hay que tener claro el tipo de educación que se espera tanto de los niños como de los padres, pues algunos comportamientos pueden verse contagiados por los vicios que encarnan los personajes malos de las telenovelas. Nos referimos a la violencia, la agresividad, la malicia, el envilecimiento, la discriminación en función de la clase social o la pertenencia a una raza, etc. El televidente se puede dejar inducir por esa vida plástica y el potencial del niño puede destruirse frente a la pérdida de los valores. El “yo”, envenenado, termina siendo sinónimo de la individualización y el “no”, manifestación del inconformismo, acaba tomando cuerpo. En el colegio, el alumno se entretiene con sus compañeros sobre las telenovelas, en vez de concentrarse en los estudios ; lo cual es una de las causas del fracaso escolar. Algunas chicas tienden a vestirse a medias, con VCD<sup>6</sup> y DVD<sup>7</sup>, imitando a ciertas protagonistas de las series. Las disputas conyugales se hacen más frecuentes, muy a menudo porque las mujeres descuidan sus quehaceres domésticos, sobre todo en las familias tradicionales, donde la voz del macho es imperante.
- 26 En fin de cuentas, las telenovelas latinoamericanas gozan de una popularidad innegable entre los países africanos, habida cuenta el número cada vez mayor de los telespectadores y aficionados. Van transformando positiva o negativamente a muchos africanos, deseosos de escaparse un tanto de unas sociedades agobiantes. Ya son estimables los aspectos aleccionadores (lo lúdico y lo cultural) de estos melodramas. Es de lamentar, sin embargo, el potencial de vicios que estas telenovelas conllevan. Pueden ser, para los desprevenidos, vectores de aculturación y perversión de los valores sociales y culturales.

---

## BIBLIOGRAPHY

- Bruno, Cecilia Solange (2004). *Comercialización de la telenovela latinoamericana (Argentina, Brasil, México, Venezuela)*. Disponible en PDF en <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC048655.pdf>
- Cabrujas, José Ignacio (2002). *Y Latinoamérica inventó la telenovela*. Venezuela : Alfadil Ediciones
- Covarruvias, Karla Yolanda, Bautista M. Angélica y Uribe, Bertha A. (1994). *Cuéntame en qué se quedó. La telenovela como fenómeno social*. México : Trillas.
- Dárdano, Guillermo (2006). *Los jóvenes : sus valores y antivalores en las telenovelas Clap y Rebelde Way*. Asunción : Universidad Católica Nuetra Señora de Asunción, Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas, Memoria de Licenciatura.
- Diakité, Mamadou (2011). *L'influence des télénovelas sur les téléspectateurs burkinabés* Imprint Editions Universitaires Européennes (EUE).
- Diemer, Arnaud (2001). *Mondialisation et Spécificités Socioculturelles*. Université d'Auvergne : IUFM Clermont-Ferrand
- Enoh, Tanjong ; Minnie, Jeanette y Bussiek, Hendrik (2012) *Les organes audiovisuels publics en Afrique : Cameroun*. Disponible en <http://www.afrimap.org>

Giuseppe, De Carli (2007). Entrevista recogida en <http://www.emol.com/noticias/internacional/2007/05/12/255632/benedicto-xvi-critica-telenovelas-en-brasil-por-ridiculizar-matrimonio-y-virginidad.html>

González, Jorge A. (1994). *El regreso de la cofradía de las emociones interminables. Telenovela y memoria en familia*. México. (Libro electrónico) disponible en [http://www.campusred.net/telos/anteriores/num\\_034\\_perspectivas1.html](http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_034_perspectivas1.html)

Pape Issakha Dieng citado por Akim Amazebo en « La passion des télénovelas : Acculturation ou culture cumulative ? » en <http://www.lefaso.net>

Vilches, Lorenzo (1997). “ La fuerza de los sentimientos” en Eliseo Verón y Lucrecia Escudero Chauvel (Compiladores) en *TELENOVELA. Ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona : Gedisa. Primera Edición.

## NOTES

1. La industria cultural, expresión acuñada por los críticos Horkheimer y Adorno en su *Dialéctica de la ilustración* (1947), es considerada « como un proceso de fabricación de productos estandarizados por los medios de comunicación para los públicos » (Guillermo Dárdano, 2006 :10). Con el caso de las telenovelas, son generalmente las televisiones las que las fabrican. La mayoría de las telenovelas latinoamericanas son producidas por TV AZTECA, COSTA OESTE, TELEMUNDO, TELEVISIA, GLOBO TV y TVMÁS.

2. Cuando hablamos de audiencia, nos referimos aquí a toda la gente que sigue, en determinados horarios del día, estas telenovelas. Hablando por ejemplo de la programación televisiva de la CRTV en 2008, Enoh Tanjong, Jeanette Minnie y Hendrik Bussiek observaron que “les feuilletons étrangers viennent essentiellement d’Amérique latine (telenovelas) et passent tous les jours entre 20:00 et 20:30, de 22:00 à 23:00 les lundis, mardis et les jeudis de 12:30 à 13:00” (2012: 63). Esta cadena de televisión de Estado ha venido emitiendo durante los últimos años, telenovelas latinoamericanas de las que destacan *Rosa Salvaje, Acapulco, Marimar, Terra Nostra, La Fille du Jardinier / La Hija del Jardinero, Un Palace pour Deux / Un Palacio para Dos, The Favorite, Coeur Brisé / Corazón Partido*, etc.

3. Si nos inspiramos de la investigación de Mamadou Diakitè (2011) respecto de la influencia de las telenovelas sobre los telespectadores en Burkina Faso, observamos que de los 118 aficionados entrevistados, más de 70 piensan interesarse en este producto para aprender de los actores las experiencias y realidades de la vida. Es sin duda la razón evidente de la popularización de estas telenovelas latinoamericanas.

4. Pape Issakha Dieng citado por Akim Amazebo en « La passion des télénovelas: Acculturation ou culture cumulative? » en <http://www.lefaso.net>.

5. Giuseppe De Carli en una entrevista recogida en <http://www.emol.com/noticias/internacional/2007/05/12/255632/benedicto-xvi-critica-telenovelas-en-brasil-por-ridiculizar-matrimonio-y-virginidad.html>

6. Sigla que significa en francés “Ventre et Cuisses Dehors”, o sea, Vientre y Piernas Desnudos.

7. Sigla que significa en francés “Dos et Ventre Dehors”, o sea, Espalda y Vientre Desnudos.

---

## ABSTRACTS

Heterogeneity and complementarity are the new requirements and aspirations of today's world. From that stand point, one can understand the arrival and the acceptance of Latin American « telenovelas » in most African countries. Following the Cameroonian's example, TV channels meet the desires and request of the people. The impressive welcome of these telenovelas is the expression of a strong will of our societies to open to the world ; to encourage intercultural changes or escape though for a while to oppressive forces. Unlike the television series coming from France or Anglo Saxon countries, Latin American telenovelas are the most appreciated recently in Africa. The phenomenon – as curious as attractive – affects considerably the daily lives of people.

L'hétérogénéité et la complémentarité sont les nouvelles exigences et aspirations du monde actuel. Dans cette perspective, on peut comprendre l'arrivée et le succès des telenovelas latino-américaines dans la plupart des pays africains. À l'instar du Cameroun, les télévisions répondent avec satisfaction, dans ce sens, à la demande et au besoin de la société. L'impressionnant accueil de ces telenovelas est la manifestation de la volonté de nos sociétés de s'ouvrir au monde, de favoriser des changements interculturels ou d'échapper, bien que de manière éphémère, aux forces asphyxiantes. A la différence des séries télévisées en provenance de la France et des pays anglo-saxons, récemment ce sont les telenovelas latino-américaines les plus appréciées. Le phénomène – très curieux et intéressant - influe considérablement sur le quotidien des populations.

Las nuevas exigencias y aspiraciones del mundo actual son la heterogeneidad y la complementariedad. Desde esta perspectiva, se puede entender la llegada y aceptación de las telenovelas latinoamericanas en la mayoría de los países africanos. A ejemplo de Camerún, las televisiones atienden satisfactoriamente, en este sentido, a la demanda y al deseo de la sociedad. La impresionante acogida de estas telenovelas es la manifestación de la voluntad de nuestras sociedades de abrirse al mundo, propiciar cambios interculturales o escapar, aunque efímeramente, a las fuerzas opresoras. A diferencia de las series televisivas procedentes de Francia o de países anglosajones, las telenovelas latinoamericanas son las más preciadas últimamente en África. El fenómeno – muy curioso y llamativo – influye considerablemente [en] el cotidiano de las poblaciones.

## INDEX

**Mots-clés:** telenovelas

**Palabras claves:** África, corolarios, efectismo, popularización, Latinoamérica, telenovelas.

**Geographical index:** Afrique, Amérique latine

**Keywords:** Africa, corollaries, Latin America, popularization, sensationalism, telenovelas

## AUTHOR

### GEORGES MOUKOUTI ONGUEDOU

Georges Moukouti Onguedou est de nationalité camerounaise. Il enseigne la Philologie Hispano-américaine à l'École Normale Supérieure de l'Université de Maroua (Cameroun). Actuellement, il est le Responsable de l'Unité d'Espagnol au Département de Langues Étrangères de la même Institution. Il est l'auteur d'*Espacios-Personajes en Bendíceme Última, Nilda e Hija de la fortuna : Un acercamiento a la cultura hispana de los Estados Unidos*. 2011. Madrid : Editorial Académica Española. Universidad de Maroua (Camerún)