

TELEVISIÓN SIN FRONTERAS

Florence Foussaint





siglo veintiuno editores, s.a. de c.v.

CERRO DEL AGUA 248, DELEGACIÓN COYOACÁN, 04310 MÉXICO, D.F.

siglo veintiuno de españa editores, s.a.

PRÍNCIPE DE VERGARA, 78 2º DCHA., MADRID, ESPAÑA

portada de germán montalvo

primera edición, 1998

© siglo xxi editores, s.a. de c.v.

isbn 968-23-2124-7

derechos reservados conforme a la ley

impreso y hecho en méxico/printed and made in mexico

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	11
INTRODUCCIÓN	13
1. GLOBALIDAD DE LA INDUSTRIA CULTURAL	16
2 (PRIMERA PARTE) DE MICKEY MOUSE A HÉRCULES	28
Origen y desarrollo de la industria cultural en Estados Unidos, 28	
2 (SEGUNDA PARTE) DE FOX A NEWS CORPORATION	46
Las empresas transnacionales, 46; ABC-Capital Cities-Walt Disney, 48; Time-Warner-Turner, 54; Radio Corporation of America-National Broadcasting Company-General Electric, 61; Fox-News Corporation-Metromedia, 68; El camino a la integración, 73	
3 (PRIMERA PARTE) DE <i>EL IMPARCIAL</i> A <i>NADA PERSONAL</i>	76
Origen y desarrollo de la industria cultural en México, 76	
3 (SEGUNDA PARTE) DE TELESISTEMA MEXICANO A SKY	95
Televisa, 95	
3 (TERCERA PARTE) DE IMEVISIÓN A TV AZTECA	132
Televisión Azteca, 132	

8	ÍNDICE
3 (CUARTA PARTE) DE MULTIVISIÓN A GALAXY LATIN AMERICA Multivisión, 155	155
CONCLUSIONES	173
BIBLIOGRAFÍA	179