

¿Quién Manda en los Estados Unidos?

<http://www.russgranata.com>
[e-mail: info@russgranata.com](mailto:info@russgranata.com)
POB 2145 PVP CA 90274 USA

Se debe acabar con el dominio ajeno de nuestros medios de noticias y de entretenimiento

**Por el personal de investigación de los Libros Nacionales de Vanguardia
P.O. Box 330 × Hillsboro × West Virginia 24946 × USA**

En la actualidad no hay mayor poder en el mundo que el que detentan los manipuladores de la opinión pública en los Estados Unidos. Ningún rey o Papa de ataño, ningún general conquistador o sumo sacerdote dispuso jamás de un poder que siquiera remotamente se acercara al de unas cuantas docenas de hombres que controlan los medios masivos de noticias y entretenimiento.

Su poder no es distante e impersonal; llega a todas las casas en los Estados Unidos y pone a funcionar su voluntad durante prácticamente todas las horas de vigilia. Es el poder que moldea y da forma a la mente de virtualmente todos los ciudadanos, jóvenes o viejos, ricos o pobres, simples o sofisticados.

Los medios masivos conforman para nosotros nuestra imagen del mundo y nos dicen qué pensar acerca de esa imagen. En lo esencial, todo lo que sabemos - o **pensamos** que sabemos - acerca de sucesos que tienen lugar fuera de nuestros barrios o de nuestros círculos de conocidos nos llega a través del diario, de la revista semanal de noticias, de nuestro radio o de nuestra televisión.

Lo que caracteriza las técnicas de manipulación de opinión por parte de los amos de los medios no es sólo la supresión forzada en nuestros periódicos de ciertos reportajes o de una patente labor de propaganda en "docudramas" televisivos distorsionadores de la historia. Éstas se ejercen tan sutil como detalladamente en el manejo de las noticias y el entretenimiento que nos presentan.

Por ejemplo, el modo como se cubren las noticias: qué elementos se enfatizan y cuáles son minimizados; la selección de palabras, el tono de voz y las expresiones faciales del reportero; la formulación de los encabezados; la elección de las ilustraciones - todas esas cosas afectan de manera subliminal y, no obstante, profundamente, el modo como interpretamos lo que vemos u oímos.

Además de esto, desde luego, los columnistas y los editores eliminan de nuestra mente

cualquier duda que quede respecto a cómo hemos de pensar acerca de todo ello. Empleando técnicas psicológicas cuidadosamente desarrolladas, guían nuestro pensamiento y opinión de modo que concordemos con las masas "in", la "gente bonita", el "dinero inteligente". Ellos nos hacen saber exactamente cuáles deberían ser nuestras actitudes respecto a diversos tipos de gente y conducta ubicando esa gente y esa conducta en el contexto de un drama televisivo o de una comedia de situación y haciendo que los demás personajes de la televisión reaccionen del modo Políticamente Correcto.

Moldeando las Mentes Americanas

Por ejemplo, una pareja racialmente mezclada será respetada, querida y solicitada socialmente por otros personajes, como lo será un académico u hombre de negocios negro "carburado" o un homosexual sensible y talentoso o un ilegal mexicano pobre pero honesto y trabajador. Por otra parte, un racista blanco - es decir, cualquier persona blanca racialmente consciente y que mire con recelo la mezcla de razas o el rápido oscurecimiento racial en los Estados Unidos - es retratado, en el mejor de los casos, como un despreciable beato que es injuriado por los otros personajes o, en el peor de los casos como un peligroso psicópata fascinado por las armas de fuego y como una amenaza para todos los ciudadanos respetuosos de la ley. De hecho, el racista blanco "tiro loco" se ha convertido en un estereotipo familiar de los programas de televisión.

El americano medio, de cuya vida cotidiana la televisión absorbe una insana porción, distingue entre estas situaciones de ficción y la realidad sólo con dificultad, si es que lo hace en absoluto. Él responde a las acciones, enunciaciones y actitudes televisivas de los actores de la televisión de manera muy similar a como lo hace con su prójimo en la vida real. Para demasiados americanos el mundo real ha sido reemplazado por la falsa realidad del entorno de la televisión y es a esa falsa realidad que responde su urgencia de aceptación. Así, cuando un libretista de televisión expresa aprobación de algunas ideas y acciones a través de los personajes de televisión por los cuales escribe, y desaprobación de otras, ejerce una poderosa presión sobre millones de espectadores induciéndolos a aceptar sus propios puntos de vista.

Y así como pasa con el entretenimiento de la televisión, así sucede también con las noticias, ya sean televisadas o impresas. Lo insidioso de esta forma de control del pensamiento es que inclusive cuando nos damos cuenta de que el entretenimiento o las noticias son tendenciosos, los amos de los medios pueden todavía manipularnos a la mayoría de nosotros. Ello se debe nos sólo a que enfocan de modo parcial lo que presentan, sino que establecen límites tácitos y reglas fundamentales para lo que es el espectro permisible de opinión.

Como ejemplo, considérese el tratamiento por parte de los medios de las noticias sobre el Medio Oriente. Algunos editores o comentaristas son lacayunamente pro-israelitas en

cada una de sus emisiones, en tanto que otros parecen casi neutrales. Ninguno, sin embargo, se atreve a sugerir que el gobierno de los Estados Unidos está apoyando el lado malo en el conflicto árabe-israelí y que sirvió más a los intereses judíos que a los norteamericanos al enviar fuerzas americanas para destruir Irak, el principal rival en el Medio Oriente. De esta manera, se establece un espectro de opinión permisible que lleva desde lo pro-Israel hasta lo casi neutral.

Otro ejemplo es el tratamiento por parte de los medios de las cuestiones raciales en los Estados Unidos. Algunos comentaristas parecen casi imparciales al reportar noticias de confrontación racial, en tanto que otros toman partido emocionalmente - con el partidario siempre del lado de los que no son blancos. Todos los locutores de los medios sin excepción, sin embargo, adoptan la posición de que el "multiculturalismo" y la mezcla racial llegaron para quedarse y que son cosas buenas.

Debido a que hay diferencias de grado, sin embargo, la mayoría de los americanos falla en percatarse de que se les está manipulando. Inclusive el ciudadano que se queja por las "noticias arregladas" cae en la trampa de pensar que porque se le coloca frente a un espectro aparente de opinión él puede escapar a la influencia de los controladores del pensamiento por creerle al editor o al comentarista de su elección. Es una situación de "si cae águila yo gano, si cae sol tu pierdes". Cualquier punto en el espectro permisible de opinión pública es aceptable a los amos de los medios - y ningún hecho o punto de vista no permisible puede en lo absoluto ser presentado, si ellos pueden evitarlo.

El control de los medios para moldear la opinión es casi monolítico. Todos los medios controlables - televisión, radio, periódicos, revistas, libros, películas - hablan a una sola voz, cada una de ellas reforzando a las demás. A pesar de la apariencia de variedad, no hay verdadera disensión, ninguna fuente alternativa de hechos o ideas accesible a las grandes masas populares que les permitiera formarse opiniones que se contrapusieran a las de los amos de los medios. Se les presenta una única visión del mundo - un mundo en el que cada voz proclama la igualdad de las razas, la naturaleza incuestionable del cuento judío del "holocausto", la maldad de intentar detener la inundación de extranjeros no blancos que se desbordan a través de nuestras fronteras, el peligro de permitir que los ciudadanos tengan y porten armas, la equivalencia moral de todas las orientaciones sexuales y el carácter deseable de una sociedad cosmopolita "pluralista" en lugar de una sociedad blanca homogénea. Es una concepción del mundo diseñada por los amos de los medios que encaja con sus propios fines - y la presión para adaptarse a esa concepción es abrumadora. La gente adapta sus opiniones a ella, vota en concordancia con ella y moldea su vida para que embone en ella.

Y ¿quiénes son estos todopoderosos dueños de los medios? Como veremos, en gran medida son judíos. No se trata simplemente de que los medios estén controlados por capitalistas hambrientos de ganancias, algunos de los cuales resultan ser judíos. Si ese fuera el caso, la etnicidad de los dueños de los medios reflejaría, por lo menos

aproximadamente, la proporción entre gentiles ricos y judíos ricos. A pesar de algunas prominentes excepciones, la preponderancia de los judíos en los medios es tan abrumadora que nos vemos forzados a asumir que ello se debe a algo más que a mera casualidad.

Noticias Electrónicas y Medios de Entretenimiento

La desregulación gubernamental continua de la industria de la telecomunicación ha culminado no en una competencia cada vez mayor de ventas, sino más bien en una acelerada ola de fusiones y adquisiciones corporativas que han producido un puñado multi-billonario en dólares de conglomerados de medios. Los más grandes de estos conglomerados están creciendo rápidamente todavía más, consumiendo a su competencia y casi triplicaron su tamaño durante los 1990. Siempre que uno vea televisión, ya sea una estación local o vía cable o por antena satelital, siempre que uno vea una película de largo metraje en el cine o en casa, siempre que uno escuche el radio o música grabada, siempre que uno lea un periódico, un libro o una revista - es muy probable que la información y el entretenimiento que obtenga haya sido producida y/o distribuida por una de esas macro-compañías de medios.

AOL-TW. El conglomerado de medios más grande en la actualidad es AOL-Time Warner, creado cuando America Online compró Time Warner por \$ 160 billones en el año 2000. La fusión juntó a Steve Case, un gentil blanco, como director de AOL-TW, con Gerald Levin, un judío, como el CEO. Se impone aquí una breve historia de la compañía.

Lo cuatro hermanos Warner (gentiles) fundaron su compañía de cine en 1907 y tuvieron su primer gran éxito diez años después con **Mis 4 años en Alemania**. WB se constituyó en sociedad en 1923 y prosiguió su éxito con las caricaturas de Porky y Bugs Bunny. En 1944, una corte ordenó que la WB tenía que liberar a Olivia de Havilland después de su contrato de siete años. La decisión impidió que cualquier compañía controlara un "pool" de talentos creativos, pero no hizo nada para frenar a los judíos en su control de toda la industria con la que esos talentos estaban obligados a trabajar. En 1948, WB vendió su filмотeca a la MGM. En 1949, otra corte obligó a que WB vendiera su cadena de cines, obstruyendo la integración vertical mediante una única compañía hacedora de películas, en tanto que no hizo nada para impedir que los judíos establecieran dicha integración a través de una colaboración étnica.

En 1958, WB creó Warner Brothers Records, que posteriormente fue rebautizada WEA. En 1968, Jack Warner vendió su parte a Seven Arts, en tanto que DC y "Todos los Cómicos de América" fue comprado por Kinney National Services (un conglomerado de funerarias). Kinney se apareció y compró una agencia de talentos, luego reapareció y compró Warner-Seven Arts, convirtiéndola en Warner Communications.

Warner Communications compró Elektra Records en 1970, el mismo año que el judío David Geffen inició la marca Asylum. (El nombre es sinónimo de manicomio). Time le compró a Charles Dolan HBO en 1972. Irónicamente, 1972 fue también el año en que empezó a publicarse la revista **Money**, en tanto que la revista (original) **Life** dejó de existir.

Ted Turner entró en la escena de los grandes medios en 1976, cuando su estación de televisión WTCG (Atlanta) se incorporó a la red de cable de los Estados Unidos. En 1979, el Turner Communications Group se convirtió en el Turner Broadcasting System, y a WTCG se le rebautizó WTBS. Al año siguiente, CNN se convirtió en la primera red en el mundo de noticias por cable las 24 horas. Turner trató de comprar CBS en 1985, pero fue bloqueado cuando Lawrence Tisch, un judío, compró el 25% de las acciones. En lugar de eso, Turner compró entonces la filmoteca de la MGM (1986). TBS se fusionó con Castle Rock and New Line Cinema en 1994. En 1996, Turner cometió un tremendo error de negocios al vender TBS a Time Warner. AOL compró Time Warner en 2000.

En 2001, Gerald Levin, que había sido Presidente de Time Warner y posteriormente CEO de la fusión AOL-TW, corrió a Ted Turner de su puesto durante una conversación telefónica. El control de TBS pasó temporalmente a Robert Pittman (un gentil blanco), pero al poco tiempo a manos de Walter Isaacson, un judío, reclutado cuando ocupaba su antiguo puesto en Time Inc., con el fin de apoderarse de la compañía que Ted Turner había construido. Es razonable pensar que Ted Turner no habría vendido TBS a Time Warner si hubiera sabido que Levin lo iba a echar tan sólo cinco años después. Levin engatusó a Turner al modo judío clásico y Turner, habiendo depositado su confianza en el honor de un judío, pagó el precio por el error.

Pero Levin no había envainado su espada. Habiendo apuñalado por la espalda a Turner, hizo lo mismo con su engañado que también le había sido útil, Robert Pittman. Éste había sido el favorito de Levin para la fusión de AOL-TW del lado de AOL. Si bien no conocemos a ciencia cierta cuál fue la motivación de Pittman, podemos adivinar que tenía algo que ver con su creencia de que él sería el elegido de Levin como el nuevo CEO en AOL-TW después de que Levin se retirara. Pero cuando llegó el momento de finalmente elegir a su sucesor, Levin se saltó a Pittman y le dio la posición a su mascota mulata de muchos años, Richard Parsons. Parsons había sido el CEO de AOL-TW desde mayo de 2002. Pittman, aunque al principio gruñó por dicho tratamiento, moderó posteriormente su tono. Un cheque menor que el de Parson es de todos modos mejor que nada de cheque.

Antes de la fusión, AOL era el proveedor más grande de servicios de internet en los Estados Unidos y ahora se le usa como una plataforma en línea para el contenido judío proveniente de Time Warner. Time Warner, con sus ingresos de 1997 de más de 13 billones de dólares, era el segundo más grande de los leviatanes de medios

internacionales cuando fue comprado por AOL.

HBO, el subsidiario de Time Warner, es la red de cable de televisión pagada más grande del país. Hasta la compra en mayo de 1998 de PolyGram por Edgar Bronfman, Jr., Warner Music era la compañía de discos más grande de los Estados Unidos, con cincuenta marcas, la mayor de las cuales era Warner Brothers Records (WEA). Warner Music fue uno de los primeros promotores de "gangsta rap". Al involucrarse con Interscope Records (previamente a la adquisición de Interscope por parte de MCA), ayudó a popularizar un género cuya lírica gráfica alienta a los negros a cometer actos de violencia en contra de los blancos.

Las aventuras editoriales de AOL-TW incluyen Time-Life International Books, Time-Life Education, Time-Life Music, Time-Life AudioBooks, Book-of-the-Month Club (tanto las ramas de adultos como las de niños), Paperback Book Club, History Book Club, Money Book Club, HomeStyle Books, Crafter's Choice, One Spirit, Little Brown, Bulfinch Press, Back Bay Books, Warner Books, Warner Vision, The Mysterious Press, Warner Aspect, Warner Treasures, Oxmoor House, Leisure Arts, Sunset Books y TW Kids.

AOL-TW posee, entre otras, las siguientes compañías de cable y de satélite: Cinemax, Time Warner Sports, HBO (7 divisiones americanas y 6 internacionales), CNN (10 divisiones mundiales), Time Warner Cable, Road Runner, Time Warner Communications (ante todo, un servicio de teléfonos), New York City Cable Group, New York 1 (una especie de CNN consagrado exclusivamente a las noticias en el área de la ciudad de Nueva York), Time Warner Home Theater, Time Warner Security (sistemas de seguridad), Court-TV (propiedad compartida con Liberty Media), Comedy Central (propiedad compartida con Viacom) and Kablevision (Hungría).

AOL-TW posee las siguientes compañías de televisión y de cine: Warner Brothers, WB studios, WB Television (Producciones, Animación y Red), Hanna-Barbera Cartoons, Telepictures Production, Witt-Thomas Productions, Castle Rock Entertainment, Warner Home Video, WB Domestic Pay-TV, WB Domestic TV Distribution, WB International TV Distribution, The Warner Channel (compañías separadas para América Latina, Asia-Pacífico, Australia y Alemania) y WB International Theaters en 12 países.

El editor en jefe de la división de publicaciones Time Warner es Norman Pearlstine, un judío. AOL-TW posee las siguientes revistas: *Time*, *Time Asia*, *Time Atlantic*, *Time Canada*, *Time Latin America*, *Time South Pacific*, *Time Money*, *Time For Kids*, *Fortune*, *Life* (la nueva versión diluída), *Sports Illustrated* (más *SI Women/Sport*, *SI International*, y *SI For Kids*), *Inside Stuff*, *Money*, *Your Company*, *Your Future*, *People*, *Who Weekly* (Australia), *People en Español*, *Teen People*, *Entertainment Weekly*, *EW Metro*, *The Ticket*, *In Style*, *Southern Living*, *Progressive Farmer*, *Southern Accents*, *Cooking Light*, *Travel Leisure*, *Food & Wine*, *Your Company*, *Departures*, *SkyGuide*, *Vertigo*, *Paradox*, *Milestone*, *Mad Magazine*, *Parenting*, *Baby*

Talk, Baby on the Way, This Old House, Sunset, Sunset Garden Guide, Health, Hippocrates, Costal Living, Weight Watchers, Real Simple, President (Japón) y ***Dancyu*** (Japón). AOL-TW posee 80 revistas adicionales (la mayoría de ellas de pasatiempos y ocio) en Gran Bretaña.

AOL-TW tiene las siguientes marcas de grabadoras de música: Atlantic Group, Atlantic Classics, Atlantic Jazz, Atlantic Nashville, Atlantic Theater, Big Beat, Background, Breaking, Curb, Igloo, Lava, Mesa/Bluemoon, Modern, Rhino Records, Elektra, EastWest, Asylum, Elektra/Sire, Warner Brothers Records, Warner Nashville, Warner Alliance, Warner Resound, Warner Sunset, Reprise, Reprise Nashville, American Recordings, Giant, Maverick, Revolution, Qwest, Warner Music International, WEA Telegram, East West ZTT, Coalition, CGD East West, China, Continental, DRO East West, Erato, Fazer, Finlandia, MCM, Nonesuch y Teldec.

Disney. El segundo conglomerado de medios más grande del mundo en la actualidad, con ingresos en 1997 de 23 billones de dólares, es la Compañía Walt Disney. Su director y CEO, Michael Eisner, es un judío. El imperio de Disney, dirigido por un hombre descrito por un analista de los medios como "un fenómeno del control", incluye varias compañías de producción de televisión (Walt Disney Televisión, Touchstone Televisión, Buenavista Television) y redes de cable con más de 100 millones de suscriptores en conjunto. Las estaciones de televisión bajo control de Disney incluyen: WLS (Chicago), WJRT (Flint), KFSN (Fresno), KTRK (Houston), KABC (Los Angeles), WABC (Nueva York), WPVI (Filadelfia), WTVD (Raleigh), KGO (San Francisco) y WTVG (Toledo).

Disney tiene también una importante presencia en el radio pues posee WKHX, WYAY y WDWD en Atlanta; WMVP, WLS y WXCD en Chicago; WBAP y KSCS en Dallas; WDRQ, WJR y WPLT en Detroit; KLOS y KTZN en Los Ángeles; KQRS, KXXR, KDIZ, KZNR y KZNT en St. Paul; WPLJ en la ciudad de Nueva York; KSFO en San Francisco; WMAL, WJZW y WRQX en Washington; y ESPN Radio.

Respecto a películas, el Walt Disney Motion Pictures Group, de Walt Disney Studios, a la cabeza del cual está Joseph E. Roth (también un judío), incluye Walt Disney Pictures, Touchstone Pictures, Hollywood Pictures y Caravan Pictures. Roth fundó Caravan Pictures en enero de 1993, la cual es ahora dirigida por su correligionario judío Roger Birnbaum. Disney posee también Miramax Films, manejado por los hermanos Weinstein, Bob y Harvey, los cuales han producido películas tan **ultra-raunchy** como ***The Crying Game, Priest*** y ***Kids***.

Cuando la Disney Company era manejada por la familia gentil Disney, previamente a que se apoderara de ella Eisner, en 1984, encarnaba el sano entretenimiento familiar. Aunque todavía conserva los derechos de **Blanca Nieves**, bajo Eisner la compañía se ha expandido hacia la producción de mucho de lo así llamado material "adulto".

En agosto de 1995, Eisner adquirió Capital Cities/ABC, Inc., el cual posee la red de televisión ABC, que a su vez posee en su totalidad diez estaciones de televisión en mercados tan grandes como los de Nueva York, Chicago, Filadelfia, Los Ángeles, San Francisco y Houston. Además, tiene 225 estaciones afiliadas en los Estados Unidos y es poseedora parcial de varias compañías europeas de televisión.

La subsidiaria de cable de ABC, ESPN, es dirigida por el presidente y CEO Steven Bornstein, que es un judío. La corporación tienen también una participación de control en las compañías Lifetime Television y A&E Television de redes de cable, con 67 millones de suscriptores cada una. La red ABC de radio posee 26 estaciones de AM y FM, de nuevo en las ciudades más importantes como Nueva York, Washington y Los Ángeles y tiene más de 3400 estaciones afiliadas.

Aunque ante todo una compañía de telecomunicaciones, Capital Cities/ABC ganó más de un billón en publicaciones en 1997. Además de estos intereses editoriales, Disney posee Walt Disney Company Book Publishing, Hyperion Books y Miramax Books. Posee también diez periódicos cotidianos, incluyendo el **Democrat**, de Albania, y el **Daily Record**, de San Luis.

Los títulos de las revistas de Disney incluyen *Automotive Industries*, *Biography* (propiedad parcial), *Discover*, *Disney Adventures*, *Disney Magazine*, *ECN News*, *ESPN Magazine*, *Family Fun*, *Family PC*, *Institutional Investor*, *Jane*, *JCK*, *Kentucky Prairie Farmer*, *Kodin*, *Los Angeles*, *Multichannel News*, *Penny Power*, *Talk*, *Top Famille* (Francia), *Video Business* y *Quality*.

Disney opera 660 sitios de comercio electrónico en Internet a lo largo y ancho del mundo (la cifra es de abril de 2000). Y, dicho sea de paso, invierte también en la explotación de petróleo crudo y de gas natural.

En Internet, Disney regentea Buena Vista Internet Group, ABC Internet Group, ABC.com, ABCNEWS.com, Oscar.com, Mr. Showbiz, Disney Online, Disney's Daily Blast, Disney.com, Family.com, ESPN Internet Group, ESPN.sportzone.com, Soccernet.com, NFL.com, NBA.com, Infoseek (propiedad parcial) y Disney Interactive.

Viacom. El número tres en la lista, con ingresos en 1997 de un poco más de 13 billones, es Viacom, Inc., dirigida por Sumner Redstone (nacido Murray Rothstein), un judío. Viacom se formó en 1971 como una manera de esquivar una decisión antimonopólica de la Corte Federal que determinó que la demandada CBS suspendiera una parte de sus operaciones de televisión por cable y que sindicara la programación de negocios. Desafortunadamente, este movimiento por parte del gobierno no hizo nada para reducir el monopolio colaboracionista, en su gran mayoría judío, que sigue siendo el mayor problema con la industria. En 1999, después de que CBS hubiera de nuevo crecido al comprar King World Productions (un programa sindicado de televisión de vanguardia),

Viacom adquirió su compañía progenitora, CBS, en lo que fue una doble burla del espíritu de la decisión de 1971.

Viacom produce y distribuye programas de televisión para las tres redes más grandes, posee 13 estaciones de televisión y 12 estaciones de radio. Produce películas a través de Paramount Pictures, dirigida por la judía Sherry Lansing. Redstone adquirió CBS después de la votación de los accionistas, en diciembre de 1999, en CBS y Viacom.

Trabajando para Redstone como jefe ejecutivo en CBS está un judío de nombre Melvin A. Karmazin. Él es el jefe y el accionista individual más grande de la compañía que posee la red de televisión CBS, 14 estaciones de televisión de mayor mercado, 160 estaciones de radio, la Country Music Television y los canales de cable Nashville Network, así como un gran número de anuncios exteriores.

El departamento de publicaciones de Viacom incluye Simon & Schuster, Scribner, The Free Press, Fireside, Archway Paperbacks y Minstrel Books, Anne Schwartz Books, MTV Books, Nickelodeon Books, Pocket Books y Washington Square Press. Distribuye videos a través de más de 4000 tiendas Blockbuster (incluyendo la cadena Video Flicks en Australia). Está también involucrada en la transmisión satelital, **theme parks** y juegos de video.

La carta mayor del jefe de Viacom para la fama, sin embargo, es el ser el proveedor más grande del mundo en programación por cable, a través de su Showtime, MTV, Nickelodeon y otras redes. Desde 1989, MTV y Nickelodeon han absorbido sectores cada vez mayores de la audiencia televisiva juvenil. El primer cuatrimestre de 2001 fue el 16^{avo}. cuatrimestre consecutivo en que MTV fue evaluado como la red de cable número uno para los televidentes de edades entre 12 y 24 años. Redstone, que en la actualidad posee el 76% de las acciones de Viacom, ofreció Beavis y Butthead como modelos funcionales para adolescentes y es en la actualidad el proveedor individual más grande de propaganda para adolescentes jóvenes y preadolescentes, en los Estados Unidos y Europa, de propaganda en favor de la mezcla de razas. La red MTV adquirió The Music Factory (TMF) de los medios holandeses y del grupo de mercadeo Wegener, en 2001. TMF distribuye música a casi 10 millones de casas en Holanda y Bélgica. MTV está expandiendo su presencia en Europa a través de nuevos canales, los cuales incluyen MTV Dance (Gran Bretaña) y MTV Live (Escandinavia). MTV Italia está activa a través de Cecchi Gori Communication. MTV bombea sus videos racialmente mezclados de rock y rap en 210 millones de hogares en 71 países y es la influencia cultural dominante en los adolescentes blancos alrededor del mundo.

Nickelodeon, con cerca de 65 millones de suscriptores, tiene con mucho la mayor participación de la audiencia televisiva en los Estados Unidos de niños de 4 a 11 años y también se está expandiendo rápidamente en Europa. La mayoría de sus programas no tiene todavía el carácter descaradamente degenerado, que es la marca distintiva de MTV,

pero Redstone va gradualmente emparejándose con los televidentes infantiles surtiéndoles el mismo veneno proporcionado por MTV. Ya desde principios de 2001, Nickelodeon seguía con una señal de nueve años como la red de cable para niños y para jóvenes adolescentes número uno.

Viacom opera dos de las más grandes empresas de películas junto con Vivendi Universal (detalles más abajo): United Cinema Internacional (UCI) y United International Pictures (UIP).

Vivendi Universal. Otro magnate judío de medios es Edgar Bronfman, Jr. Él dirigía la Seagram Company, Ltd., el gigante de los licores, hasta su reciente fusión con Vivendi. Su padre Edgar Bronfman, Sr. es el presidente del Congreso Mundial Judío. Seagram poseía los Universal Studios y los Interscope Records, el promotor de más de vanguardia del "gangsta rap". Estas compañías pertenecen ahora a Vivendi Universal.

Bronfman se convirtió en el hombre más grande en el negocio de los discos en mayo de 1998 cuando también adquirió el control de PolyGram, el gigante europeo de discos, al pagar US \$10.6 billones a la productora electrónica holandesa Philips. Con los ingresos de PolyGram añadidos a los de MCA y de Universal, Bronfman se convirtió en el amo del cuarto imperio más grande de medios, con ingresos anuales de cerca de US \$12 billones. Un aspecto particularmente desafortunado de la adquisición de PolyGram fue que le dio a Bronfman el control del productor más grande del mundo de CD de música clásica: PolyGram posee la Deutsche Grammophon, Decca-London y las compañías de discos de Philips.

En junio de 2000, la familia Bronfman le vendió Seagram a Vivendi, una compañía francesa de artículos dirigida anteriormente por el gentil Jean-Marie Messier. La compañía combinada, Vivendi Universal, retuvo a Edgar Bronfman, Jr., como el vicepresidente de la nueva compañía y él seguirá a cargo de su división de entretenimiento. Como con la fusión de AOL-TW, la estrategia parece ser "infecta y espera". La deuda en la que Vivendi incurrió al comprar Universal fue usada para escandalizar a Messier, el cual tuvo que renunciar. Jean-René Fourtou se convirtió en el presidente/CEO de Vivendi el 3 de julio del 2002. Posteriormente, para salir de sus deudas, Vivendi-Universal empezó a vender acciones, empezando con el negocio de alcohol de Seagram, pero vendiendo después algunas de sus propiedades de medios, incluyendo su compañía editora Houghlin-Mifflin (textos escolares), que había sido adquirida en julio de 2001, a un consorcio formado por Thomas H. Lee Partners, Blackstone Group, Bain Capital y Apax Partners.

Judíos prácticamente en cualquier parte a donde mires. Con dos de los cuatro conglomerados supremos de medios en manos de judíos (Disney y Viacom) y con una amplia proporción de judíos en los puestos ejecutivos de los otros dos, es difícil creer que tan abrumador grado de control se haya producido sin un esfuerzo deliberado y

concertado de su parte.

¿Qué pasa con las otras grandes compañías de medios?

La **News Corporation** de Rupert Murdoch, la cual posee la red de televisión Fox, la compañía de películas 20th Century Fox y Fox 2000 es la quinta corporación de megamedios en el país, con ingresos en 1997 de más de US \$ 11 billones. Es la única otra compañía de medios que inclusive se aproxima a las cuatro mayores. Murdoch es un gentil (hasta donde sabemos), pero Peter Chernin, que es presidente y CEO del grupo Fox, el cual incluye todas las operaciones de cine, televisión y publicaciones de News Corporation en los Estados Unidos, es un judío. Con Chernin como presidente de la 20th Century Fox, está Laura Ziskin, una judía que anteriormente había dirigido Fox 2000. El judío Peter Roth trabajo para Chernin como presidente de Fox Entertainment. La News Corporation posee también el **New York Post** y el **TV Guide**, y son supervisados en su publicación por Chernin. Murdoch le dijo a la revista **Newsweek** (12 de julio de 1999) que el probablemente ascendería a Chernin a CEO de News Coporation, antes que permitir que la compañía cayera en manos de sus propios hijos, todos los cuales están a finales de sus veintes. Es difícil imaginar a un judío dándole una corporación grandiosa de medios a un subordinado gentil cuando él tiene hijos esperando en las salas. Por su parte Chernin fue totalmente explícito: "**Tengo el control de las películas que se ven alrededor de todo el mundo... ¿Qué podría ser más divertido que eso?**"

También la mayoría de las compañías productoras de televisión y de cine que no son poseídas por las corporaciones más grandes están controladas por judíos. Por ejemplo, **New Works Entertainment**, proclamada por los analistas de uno de los medios como "la primera productora de programas de televisión independiente en los Estados Unidos", es propiedad de Ronald Perelman, un judío que también posee los cosméticos Revlon y el cual le ofreció un trabajo a Mónica Lewinsky cuando Bill Clinton estaba tratando de que no hablara.

La más conocida de las compañías más chicas de medios, **DreamWorks SKG**, es un negocio estrictamente kosher. DreamWorks fue formada en 1994 entre gran **hype** de medios por el magnate de la industria disquera, por David Geffen, antiguo director de Disney Pictures y por Jeffrey Katzenberg, y por el director de cine Steven Spielberg, judíos los tres. La compañía produce películas, dibujos animados, programas de televisión y música grabada. Dado el dinero y las conexiones de Geffen, Katzenberg y Spielberg, DreamWorks podría muy pronto estar en la misma liga que los cuatro grandes.

Es bien sabido que los judíos han controlado la mayor parte de la producción y la distribución de películas casi desde los inicios de la industria cinematográfica en las primeras décadas del siglo XX. Cuando Walt Disney murió en 1966, desapareció el último obstáculo para el dominio judío total de Hollywood y los judíos pudieron apoderarse de la compañía que Walt había construido. Desde entonces, todo se ha hecho

como han querido en la industria del cine.

Las películas producidas por tan solo las cuatro compañías productoras de películas mencionadas más arriba - Disney, Warner Brothers, Paramount (Viacom) y Universal (Seagram) - tienen en su haber dos tercios del total de comunicaciones postales en 1997.

Los tres grandes en la red de difusión por televisión solían ser ABC, CBS y NBC. Con la consolidación de los imperios de los medios, estos ya no son entidades independientes. No obstante, mientras era independientes cada uno de ellos estaba controlado desde su concepción por algún judío: ABC, por Leonard Goldenson; NBC, primero por David Sarnoff y luego por su hijo Robert; y CBS, primero por William Paley y luego por Laurence Tisch. A lo largo de un período de varias décadas, a estas redes se les relleno de arriba a abajo con personal judío y la esencial judeidad de la red de televisión no cambio cuando las redes fueron absorbidas por otras corporaciones. La presencia judía en las noticias por televisión sigue siendo particularmente fuerte.

NBC proporciona un buen ejemplo de esto. Recientemente hubo cambios en las posiciones clave de los ejecutivos de NBC. Andrew Lack, que había sido jefe de la división de noticias de la red, fue ascendido como presidente y como oficial de jefe de operaciones. Neal Shapiro, que había estado produciendo *Dateline NBC*, pasó al antiguo puesto de Lack. Jeff Zucker, que había estado produciendo el show *Today*, fue promovido como presidente de entretenimiento de NBC (aparentemente, un puesto creado para él) y Jonathan Wald pasó a la antigua posición de Zucker después de desplazar a Michael Bass, que había estado remplazando a Zucker en *Today*. Hace algún tiempo, Wald se convirtió en el productor de *NBC Nightly News*, ocupando la posición de Jeff Gralnick. Cuando Wald pasó a *Today*, Steve Capus tomó la estafeta como el productor de Tom Brokaw. No se sabe por ahora si Capus es o no judío, pero todos los demás lo son.

Existe una preponderancia similar de judíos en las divisiones de noticias de las otras redes. Por ejemplo, en febrero de 2000, Al Ortiz pasó a ocupar la dirección del reportaje "Special Events" en CBS, haciendo al gentil Jim Murphy el productor ejecutivo de *The CBS Evening News con Dan Rather* - y la única excepción de la que tenemos noticias de lo que de otro modo es un marco de productores de noticias de televisión sólidamente judío. El nuevo *CBS Early Show*, que remplazó a *CBS this Morning*, tuvo una sacudida interna en la que tres productores fueron corridos, ostensiblemente por no ser "suficientemente agresivos". Uno se pregunta si también no eran suficientemente judaicos. La acudida, sin embargo, no afectó al productor ejecutivo saliente, Al Berman, el cual fue transferido a un nuevo trabajo como desarrollador de programas, y Steve Friedman se convirtió en el productor ejecutivo de *Early Show*.

Paul Friedman es todavía el productor ejecutivo de *ABC World News Tonight con Peter Jennings*. Rick Raplan, alguna vez ejecutivo en ABC, pasó a CNN en 1977, en donde se convirtió en presidente de CNN/USA.

Los Medios Impresos

Después de las noticias por televisión, los periódicos son el medio de información más influyente en los Estados Unidos. Se venden (y supuestamente se leen) sesenta millones de ellos cada día. Esos millones se dividen entre unas 1483 publicaciones (este dato es de febrero del 2000). Podría concluirse que el mero número de periódicos diferentes a lo largo y ancho de los Estados Unidos proporcionaría una protección en contra del control y la distorsión por parte de una minoría. Desafortunadamente, no es ese el caso. Hay menos independencia, menos competencia y mucha menor representación de los intereses de la mayoría de lo que un observador casual podría pensar.

En 1945, cuatro de cinco periódicos americanos eran poseídos independientemente y publicados por gente local, estrechamente vinculada a sus comunidades. Sin embargo, esos días se fueron. La mayoría de los periódicos independientes fueron comprados o sacados del negocio a mediados de los años 70. En la actualidad, la mayoría de los periódicos "locales" son poseídos por un reducido número de grandes compañías controladas por ejecutivos que viven y trabajan a cientos o inclusive miles de millas de distancia. En la actualidad, menos del 20 por ciento de los 1483 periódicos son de propiedad independiente: el resto pertenece a las cadenas de multi-periódicos. Sólo 104 del número total tienen una circulación superior a los 100,000. Sólo un puñado de ellos son suficientemente grandes como para mantener reporteros independientes fuera de sus propias comunidades: el resto tiene que depender de esos cuantos para todas sus noticias nacionales o internacionales.

La Associated Press, que vende contenidos a periódicos, está hoy por hoy bajo control de su jefe editorial, Michael Silverman, el cual dirige el reportaje al día de noticias y supervisa los departamentos editoriales. Silverman ha dirigido las noticias nacionales de la AP como asistente del jefe editorial desde 1992. Fue promovido a su actual empleo en 2000. Silverman mantiene informado a Jonathan Womán, también judío, quien es el editor ejecutivo de la AP.

En tan sólo 47 ciudades de los estados Unidos hay más de un periódico diario y la competencia es a menudo meramente de palabra inclusive entre ellos, como entre las ediciones matutinas y vespertinas que son propiedad de un mismo diario. Ejemplos de ello son el Mobile, Alabama, el matutino *Register* y el vespertino *Press-Register*, y el Syracuse, de Nueva York, el matutino *Post-Standard* y el vespertino *Herald-Journal* - todos propiedad de los hermanos Jewish Newhouse (La Nueva Casa Judía) a través de su compañía financiera, Advance Publications.

El imperio de los medios Newhouse proporciona un ejemplo de lo que es más que falta de competencia real entre los diarios norteamericanos: ilustra también el insaciable

apetito que los judíos han mostrado por todos los órganos de control de opinión sobre los que puedan imponer su dominio. Los Newhouse poseen 30 periódicos, incluyen algunos grandes e importantes, como el *Plain Leader*, de Cleveland, el *Star-Ledger* de Newark y el *Times-Picayune*, de Nueva Orleans; Newhouse Broadcasting, que se compone de 12 estaciones de televisión y 87 sistemas de televisión por cable, incluye algunas de las redes de cable más grandes del país; el suplemento dominical *Parade*, con una circulación de más de 22 millones de copias por semana; unas dos docenas de revistas de gran circulación, entre las cuales están el *New Yorker*, *Vogue*, *Mademoiselle*, *Glamour*, *Vanity Fair*, *Bride's*, *Gentlemen's Quarterly*, *Self*, *House & Garden* y todas las otras revistas del grupo Conde Nast, que en su totalidad les pertenece.

Este imperio de medios fue fundado por el finado Samuel Newhouse, inmigrante de Rusia. Cuando a la edad de 84 años murió, en 1979, le legó a sus dos hijos, Samuel y Donald, compañías de medios que tenía un valor estimado en US \$ 1.3 billones. Con ciertas adquisiciones complementarias, el valor de la red de Advance Publications ha crecido en la actualidad a más de US \$ 8 billones.

Lo que en gran medida hizo posible que la familia Newhouse se haya engullido tantos periódicos fue el hecho de que los periódicos no los mantienen sus suscriptores sino quienes se anuncian en ellos. Son los ingresos por anuncios - no las monedas que se recogen de los lectores del periódico - lo que en gran medida paga el salario del editor y produce la ganancia del propietario.

Siempre que los grandes comerciantes en una ciudad elijan favorecer con sus negocios un periódico por encima de otro, el periódico favorecido florecerá en tanto que su competidor morirá. Desde principios del siglo pasado, cuando el poder mercantil judío en los Estados Unidos se convirtió en una fuerza económica dominante, ha habido un aumento constante en el número de periódicos americanos que caen en manos judías, a la vez que un declive constante en el número de periódicos gentiles competidores - como resultado en primer término de políticas selectivas de anuncios por parte de los mercaderes judíos.

Además, inclusive aquellos periódicos que todavía pertenecen y son administrados por gentiles son tan dependientes de los ingresos de los anuncios judíos que sus políticas editorialistas y de reportajes noticiosos están sumamente constreñidos por los gustos y las aversiones de los judíos. Tanto en el negocio de los periódicos como en cualquier otro vale aquello de que donde manda capitán no gobierna marinero.

Tres Periódicos Judíos

La supresión de la competencia y el establecimiento de monopolios locales sobre la difusión de las noticias y la opinión han caracterizado el auge del control judío sobre los

periódicos americanos. La habilidad resultante de los judíos para usar la prensa como un instrumento sin oposición de las políticas judías difícilmente podría quedar mejor ilustrado que mediante los ejemplos de los tres periódicos más prestigiados e influyentes: el **New York Times**, el **Wall Street Journal** y el **Washington Post**. Estos tres, que dominan las capitales financiera y política de los Estados Unidos, son los periódicos que fijan las corrientes y las directrices para prácticamente todos los demás. Son los que deciden qué son noticias y qué no lo son, tanto a un nivel nacional como uno internacional. Ellos generan las noticias; los otros meramente las copian. Y esos tres periódicos están en manos judías.

El **New York Times**, con una circulación en septiembre de 1999, de 1,086,000 ejemplares, es el guía no oficial social, de moda, de entretenimiento, político y cultural de la nación. Le dice a la "gente culta" qué libros comprar y qué películas ver; qué opiniones son de estilo en el momento; qué políticos, educadores, líderes espirituales, artistas y hombres de negocios son los que realmente prometen. Y durante algunas décadas en el siglo XIX, fue un periódico genuinamente americano.

El **New York Times** fue fundado en 1851 por dos gentiles, Henry J. Raymond y George Jones. Después de muertos, la parte de Jones fue adquirida en 1896 por un acaudalado editor judío, Adolph Ochs. Su tataranieta, Arthur Sulzberger, Jr., es el actual editor del periódico y el director del New York Times Co. El editor ejecutivo es Joseph Lelyveld, también un judío (es hijo de un rabino).

La familia Sulzberger posee también, a través del New York Times Co., otros treinta y tres periódicos, incluyendo el **Boston Globe**, adquirido en junio de 1993 por la cantidad de US \$ 1.1 billones; doce revistas, incluyendo **McCalls's** y **Family Circle**, con circulaciones de más de cinco millones cada una; siete estaciones de radio y de televisión; un sistema de comunicación por cable y tres compañías editoras de libro. El Servicio de Noticias del New York Times transmite noticieros, películas y fotografías del **New York Times** por cable a 506 otros periódicos, agencias de noticias y revistas.

De importancia nacional similar es el **Washington Post**, el cual, al establecer sus "filtros" a través de agencias gubernamentales en Washington, tiene un seguimiento interior de las noticias que involucran al gobierno federal.

El **Washington Post**, como el **New York Times**, tuvo un origen no judío. Fue establecido en 1877 por Stilson Hutchins, a quien se lo compró en 1905 John M. McLean, y fue posteriormente heredado por Edward B. McLean. En junio de 1933, sin embargo, en la cúspide de la Gran Depresión, el periódico cayó forzosamente en bancarrota. Fue comprado en una subasta de bancarrotas por Eugene Meyer, un financiero judío y antiguo compañero del infame Bernard Baruch, zar de la industria de los Estados Unidos durante la Primera Guerra Mundial. El Washington Post fue manejado por Catherine Meyer Graham, la hija de Eugene Meyer, hasta su muerte en 2001. Ella era la

principal propietaria y la cabeza del consejo del Washington Post Co., y nombró a su hijo, Donald Graham editor del periódico en 1979. Donald se convirtió en el CEO de la Washington Post Company en 1991 y su director del consejo en 1993 y la cadena del control judío en el Washington Post sigue sin romperse. El periódico tiene una circulación diaria de 763,000 ejemplares y en su edición del domingo vende 1.1 millón de copias.

El Washington Post Co. tiene un ciertas otras propiedades de medios en periódicos (la Gazette Newspapers, incluyendo 11 publicaciones militares); en televisión (WDIV en Detroit, KPRC en Houston, WPLG en Miami, WKMG en Orlando, KSAT en San Antonio, WJTX en Jacksonville) y en revistas, muy especialmente la revista semanal número dos de la nación **Newsweek**. Las diversas aventuras empresariales televisivas de Washington Post Company llegan a un total de cerca de 7 millones de personas, y su servicio de televisión por cable, Cable One, tiene 635,000 suscriptores.

En una empresa conjunta con el **New York Times**, el **Post** publica el **International Herald Tribune**, el diario en inglés más ampliamente distribuido en el mundo.

El **Wall Street Journal**, que vende 1.8 millón de copias cada fin de semana, es el periódico cotidiano de más grande circulación en la nación. Es propiedad de Dow Jones Company, Inc., una corporación newyorkina que también publica, entre otras cosas, 24 otros diarios, así como el periódico financiero semanal de pequeño formato **Barron's**. El director y CEO de Dow Jones es Peter R. Kann, que también es judío. Kann tiene también los puestos de director y editor del **Wall Street Journal**.

La mayoría de los otros periódicos importantes de Nueva York no están en mejores manos que el New York Times y que el Wall Street Journal. En enero de 1993, el **New York Daily News** fue adquirido de las propiedades del finado magnate judío de los medios Robert Maxwell (nacido Ludvik Hoch) por parte del inversionista judío de bienes raíces Mortimer B. Zuckerman. El **Village Óbice** es propiedad personal de Leonar Stern, el billonario propietario judío de la compañía de mascotas Hartz Mountain. Y, como ya se mencionó más arriba, el **New York Post** es propiedad de News Corporation, dirigido por el judío Peter Chernin.

Revistas de Noticias

La historia es con mucho la misma para los otros medios de lo que es para la televisión, el radio, el cine, la música y los periódicos. Considérese, por ejemplo, las revistas de noticias. Hay sólo tres de importancia que se publican en los Estados Unidos: **Time**, **Newsweek** y **U.S. News & World Report**.

Time, con una circulación semanal de 4.1 millones, es publicada por una subsidiaria de Time Warner Communications, el conglomerado de medios de noticias formado por la fusión, en 1989, de Time, Inc., con Warner Communications. Aunque Gerald Levin se retiró, Time Warner Communications sigue siendo esencialmente judío en carácter.

Newsweek, como ya se mencionó, es publicado por el Washington Post Company, dirigida por el judío Donald Graham. Su circulación semanal es de 3.1 millones.

El anteriormente mencionado, Mortimer B. Zuckerman, es propietario y publica **U.S. News & World Report**, con una circulación semanal de 2.2 millones, y ganó también para sí la posición de editor en jefe de la revista. Zuckerman es dueño también del **Atlantic Monthly** y del periódico newyorkino de pequeño formato el **Daily News**, que es el sexto periódico más grande del país.

Nuestra Responsabilidad

Estos son los hechos concernientes al control de los medios en los Estados Unidos. Cualquiera que esté dispuesto a pasar unas cuantas horas en alguna biblioteca grande examinando las actuales ediciones de los libros del año referentes a las industrias del radio y la televisión y los directorios de los periódicos y las revistas, los registros de las corporaciones y sus funcionarios, como los que publican Standard and Poors y Dun and Bradstreet, y los trabajos estándar de referencia bibliográfica podrán verificar su exactitud. Son innegables y cuando se les confronta con ellas, los portavoces judíos usarán como de costumbre tácticas evasivas. "Ted Turner no es un judío!", anunciarán triunfantes, como si eso dejará aclarada la cuestión. Si se les presiona un poco más acusarán a quien los confronta de "anti-semitismo" por siquiera plantear el tema. Es el miedo a esta acusación lo que hace que muchas personas que conocen los hechos permanezcan calladas.

Pero nosotros no debemos seguir callados en relación con esta que es de las más importantes de las cuestiones! El control judío de los mass media americanos es el hecho singular más importante de la vida, no sólo en los Estados Unidos, sino en todo el mundo de hoy. No hay nada - plaga, hambruna, colapso económico, ni siquiera una guerra nuclear - más peligroso para el futuro de nuestro pueblo.

El control de los medios por parte de los judíos determina la política exterior de los Estados Unidos y permite que sean los intereses judíos y no los americanos los que decidan las cuestiones de guerra y paz. Sin el control judío de los medios, no habría habido guerra en el Golfo Pérsico, por ejemplo. No habaría habido masacres de civiles en Serbia por parte de la OTAN. No habría habido el continuo resonar de los tambores en favor de otra guerra en contra de Irak.

Al permitir que lo judíos controlen nuestros medios de noticias y entretenimiento estamos haciendo más que meramente concederles una influencia decisiva en nuestro sistema político y un control virtual de nuestro gobierno; les estamos dando también el control de las mentes y las almas de nuestros niños, cuyas actitudes e ideas son moldeadas más por la televisión judía y por las películas judías que por los padres, las escuelas o cualquier otra influencia.

Los medios de entretenimiento controlados por los judíos son los primeros en persuadir a toda una generación de que la homosexualidad es un modo de vida normal y aceptable; que no hay nada malo en que una mujeres blancas salgan o se casen con hombres negros que hombres blancos se casen con mujeres asiáticas; que todas las razas son inherentemente iguales en habilidades y carácter - salvo que el carácter de la raza blanca es sospechoso debido a una historia de opresión de otras razas; y que cualquier esfuerzo por parte de los blancos por auto-preservarse racialmente es reprobable.

Debemos oponernos a que se siga extendiendo este veneno entre nuestro pueblo y debemos romper el poder de aquellos que lo están diseminando. Sería intolerable que dicho poder estuviera en manos de **cualquier** minoría extraña, con valores e intereses diferentes de los nuestros. Pero permitir que los judíos, con sus 3,000 años de historia de destrucción de naciones, desde el antiguo Egipto hasta Rusia, dispongan de semejante poder sobre nosotros equivale a un suicidio racial. En verdad, el hecho de que en la actualidad tantos americanos blancos estén llenos de un sentido de culpa racial y de auto-odio de modo que activamente buscan la muerte de su propia raza es una consecuencia **deliberada** del control de los medios por parte de los judíos.

Un vez que hemos absorbido y comprendido el hecho del control judío sobre los medios, es nuestra irrenunciable responsabilidad hacer **todo lo que sea necesario** para romper con ese control. No debemos retroceder ante **nada** para combatir ese poder maligno cuya mortal garra ha caído sobre nuestras gentes y cuyo letal veneno está inyectando en sus mentes y almas. Si fracasamos en destruirlo, él sin duda alguna destruirá nuestra raza.

Empecemos ahora por adquirir conocimientos y por tomar decisiones hacia necesario fin.

Proprietarios, mángers y relaciones institucionales cambian de cuando en cuando, desde luego. Todos los nombres y demás datos de este reportaje han sido cuidadosamente corroborados y valen con toda exactitud hasta diciembre de 2002.

<http://www.russgranata.com>
[e-mail: info@russgranata.com](mailto:info@russgranata.com)
POB 2145 PVP CA 90274 USA