

National Vanguard – Who Rules America? (en español)



El siguiente texto es mi traducción del excelente artículo de investigación de [National Vanguard](#), actualizado a noviembre de 2004, (original, [aquí](#)), sobre los dueños de los medios de comunicación y entretenimiento de EE.UU., y cómo los usan para inculcar la mentalidad que quieren en la población.

Se observa una gran similitud en la ideología que transmiten los medios en EE.UU. con la que transmiten en España y resto de países occidentales, lo cual es lógico, pues somos todos un mismo bloque “ideológico”.

Tiene como 3 partes. Una parte que es como una introducción, luego la parte con todos los datos (que es enorme), y por último una conclusión que viene a decir lo mismo que la introducción. Es decir, que la sustancia está en la introducción y la conclusión, estando entre medias el grueso de datos, los cuales con echarlos un vistazo por encima es suficiente. Por cierto, acabé harto de traducirlo. Una cosa es escribir un tocho que uno tiene en la cabeza, y otra es traducir algo que ya está escrito, (y las webs que traducen son una chapuza y guarrean más que ayudar). Pero mereció la pena.

* * * * *

¿Quién controla EE.UU.?

La garra extranjera sobre nuestras noticias y medios de entretenimiento debe ser rota.

Por el equipo de investigación de [National Vanguard Books](#)
Kevin Alfred Strom, Director de Medios

P.O. Box 330 · Hillsboro · West Virginia 24946 · USA

NO HAY MAYOR PODER en el mundo hoy que el ejercido por los manipuladores de la opinión pública en EE.UU. Ningún rey o papa de la antigüedad, ningún general conquistador ni gran sacerdote jamás dispuso de un poder ni remotamente parecido que el de la escasa docena de hombres que controlan los medios de masas de EE.UU. de noticias y entretenimiento.

Su poder no es distante e impersonal; alcanza cada hogar en EE.UU., y ejerce su voluntad durante casi cualquier hora diurna. Es el poder que configura y moldea la mente de virtualmente cada ciudadano, joven o viejo, rico o pobre, simple o sofisticado.

Los medios de masas forman para nosotros nuestra imagen del mundo y luego nos dicen qué pensar acerca de esa imagen. Esencialmente todo lo que sabemos —o creemos que sabemos—acerca de los acontecimientos fuera de nuestro vecindario o círculo de conocidos llegan a nosotros a través de nuestro periódico, nuestra revista semanal, nuestra radio o nuestra TV.

No es sólo la tosca supresión de ciertas noticias de nuestros periódicos o la descarada propaganda de “docudramas” en la TV distorsionando la historia lo que caracteriza las técnicas de manipulación de la opinión de los dueños de los medios. Aúnan sutileza y minuciosidad en su gestión de las noticias y el entretenimiento que nos presentan.

Por ejemplo, la manera en que se cubren las noticias: qué cosas se resaltan y a cuáles se les quita importancia; la elección de las palabras del reportero, tono de voz y expresiones faciales; la redacción de los titulares; la elección de ilustraciones - todas estas cosas subliminalmente y profundamente afectan la manera en como interpretamos lo que vemos u oímos.

Además de esto, por supuesto, los columnistas y editores eliminan cualquier duda que quede en nuestras mentes para que no pensemos en ello en absoluto. Empleando técnicas psicológicas cuidadosamente desarrolladas, guían nuestros

pensamientos y opiniones para que estemos en sintonía con “los nuevos tiempos”, la “gente guapa”, el “dinero inteligente”. Hacen que sepamos cuáles deberían ser nuestras actitudes en función de varios tipos de personas y comportamientos, situando a esas personas o ese comportamiento en el contexto de un drama o comedia televisivas y haciendo que los demás personajes reaccionen de la manera políticamente correcta.

Moldeando las mentes americanas.

Por ejemplo, una pareja racialmente mixta será respetada, aceptada, y bien vista socialmente junto con otros personajes, como un negro erudito directivo u hombre de negocios, o un homosexual sensible y lleno de talento, o un pobre pero honrado inmigrante ilegal de México. Por el contrario, un racista blanco -que es, cualquier blanco racialmente consciente que mira con desconfianza la rápida degradación o el rápido oscurecimiento racial en EE.UU.— es retratado en el mejor de los casos, como un despreciable fanático que es denigrado por los demás personajes, o en el peor de los casos, como un peligroso psicópata fascinado por las armas de fuego y es una amenaza para todos los buenos ciudadanos. El racista blanco chiflado por las armas, de hecho, se ha convertido en un estereotipo familiar en los espectáculos de la TV.

El americano medio, que pasa una parte excesiva de su vida viendo la TV, apenas distingue entre estas situaciones ficticias y la realidad. Responde a las actuaciones televisadas, manifestaciones, y actitudes de los actores de la tele tanto como lo hace con sus semejantes en la vida real. Para demasiados americanos el mundo real ha sido reemplazado por la falsa realidad del entorno de la TV, y es a esta falsa realidad a la que sus impulsos responden. Así, cuando un guionista en TV expresa aprobación de algunas ideas y acciones por medio de los personajes de la TV sobre los cuales está escribiendo y desapruueba otros, ejerce una poderosa presión sobre millones de espectadores hacia la aceptación de sus propios puntos de vista.

Y al igual que con el entretenimiento televisivo, con las noticias es lo mismo, tanto televisadas o en papel. Lo perverso de esta forma de control mental es que incluso cuando nos damos cuenta que el entretenimiento o las noticias están manipuladas, los dueños de los medios todavía son capaces de manipular a la mayoría de nosotros. Esto es porque no sólo son parciales con lo que presentan, sino que también establecen límites tácitos y reglas del juego para el espectro tolerable de opinión.

Por ejemplo, considérese el tratamiento de los medios de las noticias de Oriente Medio. Algunos editores o comentaristas son servilmente partidarios de Israel en todas sus declaraciones, mientras que otros parecen casi neutrales. A ninguno, sin embargo, le importa sugerir que el gobierno de los EE.UU. está respaldando el lado equivocado del conflicto árabe-israelí, o que el 11-S fue el resultado de ese apoyo. Ni a nadie le interesa sugerir, que sirve intereses judíos en vez de intereses norteamericanos, enviar tropas para invadir Iraq, el principal rival de Israel en

Oriente Medio. Así, se permite un espectro de opinión desde pro-israelí a casi neutral.

Otro ejemplo es el tratamiento de los asuntos raciales en los Estados Unidos. Algunos comentaristas parecen casi desapasionados en informar sobre noticias de conflicto racial, mientras otros son emocionalmente partidarios -siempre en el lado no-blanco. Todos los presentadores de los medios sin excepción, sin embargo, toman la posición de que el “multiculturalismo” y el mestizaje racial, están aquí para quedarse y que son buenas cosas.

Como hay diferencias de grados, sin embargo, la mayoría de americanos fallan para darse cuenta que están siendo manipulados. Incluso el ciudadano que se queja de que las noticias están “manejadas” cae en la trampa de pensar que como se presenta con un aparente espectro de opinión, él puede escapar de la influencia de los controladores del pensamiento al fiarse del editor o comentarista de su elección. Es una situación “cabeza que gano, cola que pierdo” (¿?). Cada punto de vista de los aceptables se permite en los medios, y ningún hecho o punto de vista de los no aceptados se permite si lo pueden impedir.

El control de los medios moldeadores de opinión es casi monolítico. Todos los medios -TV, radio, periódicos, revistas, libros, películas- hablan con una única voz, cada una reforzándose mutuamente. A pesar de la apariencia de variedad, no hay desacuerdos reales, no hay fuentes alternativas de hechos o ideas accesibles a la gran masa de personas que podrían permitirles formar opiniones en desacuerdo con las de los dueños de los medios. Se presentan con una única visión del mundo - un mundo en el que cada voz proclama la igualdad de las razas, la infalible naturaleza del cuento judío del “Holocausto”, la perversidad de intentar parar la inundación de extranjeros no blancos cruzando nuestras fronteras, el peligro de permitir a los ciudadanos tener y llevar armas, la equivalencia moral de todas las orientaciones sexuales, y lo deseable de una sociedad “plural”, más que una homogénea de raza blanca. Es una visión del mundo diseñada por los dueños de los medios para encajar con sus propios objetivos, y la presión para adaptarse a esa visión es aplastante. La gente se adapta a sus opiniones, vota en consonancia con ellas, y configura sus vidas para encajar en ello.

¿Y quiénes son todos estos poderosos dueños de los medios?. Como veremos, en su gran mayoría son judíos. No es simplemente un asunto de los medios siendo controlados por capitalistas hambrientos de beneficios, algunos de los cuales resulta que son judíos. Si ese fuera el caso, la etnicidad de los dueños de los medios reflejaría, al menos aproximadamente, la proporción de gentiles ricos respecto de judíos ricos. Sin embargo, quitando unas pocas excepciones, **la preponderancia de judíos en los medios es tan *aplastante* que estamos obligados a asumir que este hecho no tiene nada que ver con una mera casualidad.**

Medios de entretenimiento y noticias electrónicas.

La constante desregulación gubernamental de la industria de las telecomunicaciones ha resultado en, no en un molesto incremento de la competencia, sino más bien en una acelerada oleada de fusiones corporativas y adquisiciones que han producido un puñado de conglomerados de medios multi-billonarios. El más grande de estos conglomerados está rápidamente creciendo incluso más aún al absorber a sus competidores, casi triplicándose en tamaño durante los años 90. Siempre que ves la TV, sea desde una emisora local o cable o por satélite; siempre que ves una película en un cine o en casa; siempre que escuchas la radio o música grabada; siempre que lees un periódico, libro o revista, es muy probable que la información u ocio que recibes esté producida o distribuida por una de estas megacompañías:

Time Warner. El mayor conglomerado hoy es Time Warner (brevemente llamada AOL-Time Warner; se quitó del nombre AOL cuando investigadores del gobierno cuestionaron las prácticas de contabilidad en la filial AOL), que llegó a ser lo que es cuando America Online compró Time Warner por 160.000 millones \$ en 2000. La compañía resultante tuvo ingresos por 39.500 millones \$ en 2003. La fusión unió a Steve Case, un gentil, como presidente de AOL-Time Warner, y Gerald Levin, un judío, como el CEO. Warner, fundada por los hermanos judíos Warner a principios del siglo pasado, rápidamente llegó a ser parte de la base del poder judío en Hollywood, un hecho tan bien conocido que es abiertamente admitido por autores judíos, como es el hecho que cada nueva adquisición pasa a ser dominada por judíos a su vez: Hablando de la fusión inicial de Time, Inc. con Warner, el escritor judío Michael Wolff dijo en la revista New York en 2001 “desde la fusión de Time Inc. con Warner hace diez años, una de las transiciones interesantes es que se ha transformado en una compañía judía.” (“From AOL to W,” New York magazine, January 29, 2001)

El tercer hombre más poderoso en AOL-Time Warner, al menos sobre el papel, era el vicepresidente Ted Turner, un gentil blanco. Turner había cambiado su Turner Broadcasting System, que incluía la CNN, a Time Warner en 1996 por un gran paquete de acciones de Time Warner. En Abril del 2001 Levin había efectivamente echado a Ted Turner, eliminándole de todo poder real. Sin embargo, Turner se quedó como un gran accionista abierto y miembro de la junta directiva.

Levin se pasó de listo, y en el ajuste de cuentas de mayo 2002 fue expulsado de la junta directiva. Para Ted Turner, que había perdido 7.000 millones de sus 9.000 millones por la mala gestión de Levin, fue poco consuelo. Turner se queda como un forastero sin control sobre los tejemanejes de la empresa. También bajo presión, Steve Case dimitió en mayo 2003. La junta reemplazó a los dos (Levin y Case), con un negro, Richard Parsons. Detrás de Parsons, la influencia y el poder judío sigue dominante.

AOL es el mayor proveedor de servicios de Internet del mundo, con 34 millones de clientes en EE.UU. Está siendo ahora usado como una plataforma online para el contenido judío de Time Warner. Jodi Kahn y Meg Siesfeld, ambos judíos, presiden el equipo Time Inc. Interactive bajo el editor ejecutivo Ned Desmond, un gentil

blanco. Los 3 informan al editor jefe de Time Inc., Norman Pearlstine, un judío. Su trabajo es transferir el contenido de Time Warner a segmentos específicos objetivos de la audiencia de America Online, especialmente mujeres, niños y adolescentes.

Time Warner ya era el segundo más grande de los medios transatlánticos internacionales cuando se fusionó con AOL. La filial de Time Warner, HBO (26 millones de clientes) es la red de TV por cable de pago más grande de la nación. Su competidor, Cinemax es otra de las muchas empresas de cable de Time Warner.

Hasta la compra en mayo de 1998 de PolyGram por el judío multimillonario Edgar Bronfman, Jr., Warner Music fue la compañía discográfica más grande de América, con 50 sellos discográficos. Warner Music fue una temprana promotora del “gangsta rap”. A través de su compromiso con Interscope Records (antes de la adquisición de Interscope por otra firma de medios judíos), ayudó a popularizar un género cuyas gráficas letras explícitamente urgen a los negros a cometer actos de violencia contra los blancos. Bronfman compró Warner Music en 2004, manteniéndola sólidamente en manos judías.

Junto con cable y música, Time Warner está fuertemente involucrada en la producción de películas (Warner Brothers Studio, Castle Rock Entertainment, y New Line Cinema). La filial editorial de Time Warner está gestionada por su editor jefe, Norman Pearlstein, un judío. Él controla 50 revistas incluyendo Time, Life, Sports Illustrated, y People. Las empresas editoriales de libros incluyen Time-Life Books, el club Book-of-the-Month, Little Brown, y muchas otras. Time Warner también es dueña de [Shoutcast](#) y [Winamp](#), las principales utilidades empleadas por la mayoría de las emisoras de radio, y, como reproductor dominante en la [Recording Industry Association of America \(RIAA\)](#), estaba esencialmente “negociando” consigo misma cuando las reglas de derechos de autor de la música de la radio por Internet fueron puestas que favorecían fuertemente a los proveedores de contenido y forzaron a muchas emisoras pequeñas a cerrar. (The Register, “AOL Time Warner toma control de la radio por Internet”, 8 de abril 2003).

La lección de Ted Turner: “Ten mucho cuidado con quien te juntas”

Cuando Ted Turner, el mandamás de los medios gentiles, hizo una oferta para comprar CBS en 1985, hubo pánico en las salas de juntas de los medios por todo el país. Turner había hecho una fortuna en publicidad y luego construyó una red de noticias por TV por cable, CNN, con más de 70 millones de clientes.

Aunque Turner nunca había tomado una posición contraria a los intereses judíos, fue considerado por William Paley y los otros judíos en CBS como incontrolable: un cañón suelto que podría en el futuro volverse contra ellos. Además, el periodista Daniel Schorr, que había trabajado para Turner, públicamente declaró que su anterior jefe tenía aversión a los judíos.

Para bloquear la oferta de Turner, los ejecutivos de CBS invitaron al multimillonario judío Laurence Tisch, (teatro, hotel, seguros y tabaco) a lanzar una oferta “amistosa” sobre CBS. Desde 1986 a 1995 Tisch fue el presidente y CEO de CBS, eliminando cualquier amenaza de influencia no judía allí. Los posteriores esfuerzos de Ted Turner para adquirir CBS fueron obstruidos por Gerald Levin (cuando estaba en la junta de Time Warner), que poseía casi el 20% de las acciones de CBS y tenía el derecho de veto sobre asuntos importantes. Pero cuando su socio judío Sumner Redstone ofreció comprar CBS por 34.800 millones \$ en 1999, Levin no puso pegas.

Así, a pesar de ser un innovador y una fuente de exclusivas, Turner nunca tuvo las “conexiones” necesarias para ser un dueño de los medios. Finalmente decidió que, si no puedes vencerles, únete a ellos, y se vendió a Time Warner de Levin. Ted Turner lo resumió así: “He tenido una vida increíble. Hizo muchas jugadas inteligentes, y he hecho mucho dinero. Luego algo pasó, y me mezclé con Time Warner, que parecía lo adecuado en ese momento. Y parecía bueno para los accionistas.

“Pero luego perdí el control. Pensé que tendría suficiente autoridad moral para tener toda la influencia en la nueva compañía. Si te metes en negocios, ten mucho cuidado con quién te juntas.

“Pensé que estaba comprando Time Warner, pero ellos me estaban comprando a mí. Teníamos un cierto tipo de diferencias en el punto de vista. Entonces ellos se fusionaron con AOL, y eso fue un completo desastre, al menos hasta aquí. He perdido el 85% de mi riqueza.”

Disney. El segundo mayor conglomerado hoy, con ingresos de 27.100 millones de \$, es la compañía Walt Disney. Su personalidad dirigente y CEO es Michael Eisner, judío.

El imperio Disney, encabezado por un hombre descrito por los analistas de medios como “obsesionado por el control”, incluye varias productoras de TV, (Walt Disney Television, Touchstone Television, Buena Vista Television) y redes de cable con más de 100 millones de clientes en total. En cuanto a la creación de películas, el grupo Walt Disney Motion Pictures incluye Walt Disney Pictures, Touchstone Pictures, Hollywood Pictures, and Caravan Pictures. Disney también posee Miramax Films, dirigida por los hermanos judíos Weinstein, Bob and Harvey, que han producido películas tan ultra-groseras como The Crying Game, Priest, y Kids.

Cuando la compañía Disney era dirigida por la familia gentil Disney previamente a su toma de posesión por Eisner en 1984, protagonizaban un saludable entretenimiento para la familia. Mientras que todavía mantiene los derechos de Snow White, la empresa bajo Eisner ha expandido la producción de material del llamado “para adultos”.

En agosto 1995, Eisner adquirió Capital Cities/ABC, Inc., que es dueña de la cadena de TV por cable ABC, que tiene 10 emisoras de TV completas en mercados tan grandes como Nueva York, Chicago, Philadelphia, Los Angeles, San Francisco, and Houston. En total, en los Estados Unidos ABC tiene 225 emisoras de TV asociadas, más de 2.900 emisoras de radio y produce más de 7.200 programas de radio. ABC tiene 54 emisoras de radio y opera en otras 57, muchas en las principales ciudades como New York, Washington, y Los Angeles. Radio Disney, parte de ABC Radio Networks, proporciona programación dirigida a niños.

Sports network ESPN, una filial de cable de ABC, está dirigida por el presidente y CEO George W. Bodenheimer, que es judío. La corporación también controla Disney Channel, Toon Disney, A&E, Lifetime Television, SOAPnet e History Channel, con entre 86 y 88 millones de clientes cada uno. La cadena de TV ABC Family tiene 84 millones de clientes y, además de emitir entretenimiento, (parte del cual es muy grosero para un canal "familiar"), sirve también para la promoción del predicador cristiano sionista Pat Robertson.

Aunque en sus orígenes era una compañía de telecomunicaciones, ABC/Disney gana más de 1.000 millones \$ en publicidad, y es dueña de Walt Disney Company Book Publishing, Hyperion Books, y Miramax Books. También es dueña de 6 periódicos diarios y publica más de 20 revistas. Disney Publishing Worldwide publica libros y revistas en 55 idiomas en 74 países, llegando a más de 100 millones de lectores mensuales.

En Internet, Disney controla 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. En el n° 3 de la lista, con ingresos en el 2003 de algo más de 26.500 millones de \$, está Viacom, Inc., encabezada por Sumner Redstone (nacido Murray Rothstein), judío. Melvin A. Karmazin, otro judío, fue el n° 2 en Viacom hasta junio 2004, manteniendo las posiciones de presidente y director operativo jefe. Karmazin queda como un gran accionista de Viacom. Reemplazando a Karmazin como co-presidentes y co-COO están un judío, Leslie Moonves, y Tom Freston, un posible judío. (No hemos sido capaces de confirmar el origen judío de Freston; ha trabajado para organizaciones judías y estuvo involucrado en el comercio textil, una industria fuertemente judía, importando ropa del tercer mundo a los EE.UU. en los años 70).

Viacom produce y distribuye programas de TV para las 3 cadenas más grandes, posee 39 emisoras de TV completas con otras 200 afiliadas en su CBS Television Network, es dueña de 185 emisoras de radio en su grupo de radio Infinity, y tiene más de 1.500 emisoras afiliadas por medio de su CBS Radio Network. Produce películas a través de Paramount Pictures, encabezada por la judía Sherry Lansing (nacida Sherry Lee Heimann), que está planeando retirarse a finales de 2005.

Viacom fue formada como una manera de evadir la legislación anti-monopolio de la FCC que obligó a CBS a separar una parte de sus operaciones de TV por cable y negocios de programación sindicados. Este movimiento del gobierno desafortunadamente no hizo nada para reducir el monopolio principalmente colaboracionista judío que queda como el mayor problema con la industria. En 1999, después de que CBS había de nuevo crecido al comprar King World Productions (un sindicador de programas líder de TV), Viacom adquirió su compañía progenitora, CBS, en una doble burla del espíritu de la legislación de 1971.

Redstone adquirió CBS siguiendo los votos de los accionistas de diciembre 1999 en CBS y Viacom. CBS Television ha sido dirigida desde hace mucho por el previamente mencionado Leslie Moonves; el otro co-presidente de Viacom, Tom Freston, encabezó MTV, empresa de la que tiene el 100% del capital.

Viacom también posee [Country Music Television](#) y los canales de cable [The Nashville Network](#) y es el mayor anunciante externo (carteleras, etc.) de los EE.UU. La filial de publicidad de Viacom incluye Simon & Schuster, Scribner, The Free Press, Fireside, y Archway Paperbacks. Distribuye vídeos a través de sus más de 8.000 videoclubes Blockbuster. Está también involucrada en emisión por satélite, parques temáticos, y videojuegos.

Sin embargo, el principal mérito del jefe de Viacom para la fama es ser el proveedor más grande del mundo de programación para cable a través de Showtime, MTV, Nickelodeon, Black Entertainment Television, y otras cadenas. Desde 1989 MTV y Nickelodeon han adquirido mayores cuotas de pantalla de audiencia de TV juvenil. MTV domina el mercado de TV para espectadores entre 12 y 24 años de edad.

Sumner Redstone posee el 76 % de las acciones de Viacom. Ofrece Jackass (supongo que nombre propio) como un modelo de adolescente y promociona rock mestizo y vídeos de rap en 342 millones de hogares en 140 países y es una influencia cultural dominante en adolescentes blancos por todo el mundo. MTV también hace películas de mestizaje racial como Save the Last Dance.

Nickelodeon, con más de 87 millones de clientes, tiene de lejos la mayor cuota de pantalla de la audiencia infantil (entre 4 y 11 años) en EE.UU. y está expandiéndose rápidamente en Europa. La mayoría de sus espectáculos no muestran todavía la llamativa degeneración que es la marca de MTV, pero Redstone está gradualmente yendo hacia ese camino. Nickelodeon mantiene una trayectoria de 12 años como la cadena de cable principal para niños y adolescentes.

[NBC Universal](#). Otro magnate es Edgar Bronfman, Jr. Encabezó Seagram Company, Ltd., el gigante del licor, hasta sus reciente fusión con Vivendi. Su padre, Edgar Bronfman, Sr., es presidente del **Congreso Judío Mundial**.

Seagram poseía Universal Studios y después compró Interscope Records, el principal promotor de “gangsta rap”, de Warner. Universal e Interscope ahora

pertenecen a Vivendi Universal, que se fusionó con NBC en Mayo 2004, con la compañía padre ahora llamada NBC Universal.

Bronfman se convirtió en el hombre más importante en el negocio discográfico en mayo de 1998 cuando también adquirió el control de PolyGram, el gigante discográfico europeo, al pagar 10.600 millones de \$ al fabricante de electrónica holandés Philips.

En junio de 2000, la familia Bronfman cambió Seagram a Vivendi por acciones en Vivendi, y Edgar, Jr. se convirtió en vicepresidente de Vivendi. Vivendi era originariamente una compañía francesa de “utilities”, y era entonces dirigida por el gentil Jean-Marie Messier. Un abordaje de un grupo de directores encabezados por Bronfman forzó a Messier a dimitir en julio 2002.

Vivendi también adquirió al judío Barry Diller, USA Networks en 2002. (Diller es el dueño de InterActive Corporation, que posee Expedia, Ticketmaster, The Home Shopping Network, Lending Tree, Hotels.com, CitySearch, Evite, Match.com, y otros negocios en Internet). Vivendi combinó USA Network, Universal Studios, Universal Television, y parques temáticos en Vivendi Universal Entertainment (VUE).

Tras la fusión Vivendi-NBC, Bronfman usó sus cuantiosos beneficios personales y recientemente compró Warner Music de la dominada por judíos Time Warner. El actual presidente de NBC Universal es un gentil a menudo asociado con causas judías, empleado en la NBC desde hace mucho, Bob Wright. Ron Meyer, judío, es presidente y director operativo jefe de Universal Studios. Stacet Snider, también judío, es el presidente de Universal Pictures. El presidente de NBC Universal Television Group es Jeff Zucker, otro judío.

Con 2 de los 4 principales conglomerados en manos de judíos (Disney y Viacom), con ejecutivos judíos dirigiendo las operaciones de los medios de NBC Universal, y con judíos llenando una gran proporción de empleos ejecutivos en Time Warner, es improbable que tal aplastante grado de control se haya producido sin un deliberado y concertado esfuerzo por parte de los judíos.

Otras compañías de medios: [News Corporation](#) de Rupert Murdoch posee Fox Television Network, Fox News, FX Channel, 20th Century Fox Films, Fox 2000, y la editorial Harper Collins. News Corp. es la quinta corporación de medios más grande de la nación, con ingresos en el 2003 de aproximadamente 19.200 millones \$. Es la única empresa que se acerca a los 4 grandes.

Fox News Channel ha sido clave promocionando la agenda neoconservadora judía que subyace tras la guerra de Iraq y que anima tanto a la administración de George W. Bush y el “nuevo conservadurismo” que abraza el agresivo Sionismo y multiracialismo.

Murdoch es nominalmente un gentil, pero hay alguna incertidumbre sobre sus orígenes y él vigorosamente ha soportado el Sionismo y otras causas judías durante su vida. (El historiador David Irving ha publicado información de una fuente de alto nivel de medios de comunicación que dice que su madre, Elisabeth Joy Green, era judía, pero no hemos sido capaces de confirmar esto). El ejecutivo número 2 de Murdoch es Peter Chernin, que es presidente y director operativo jefe y judío.

Bajo Chernin, los judíos mantienen posiciones clave en la empresa: Gail Berman lleva Fox Entertainment Group; Mitchell Stern encabeza la filial de TV por satélite DirecTV; Jane Friedman es presidenta y CEO Harper Collins; y Thomas Rothman es presidente de Fox Filmed Entertainment. News Corporation también posee New York Post y TV Guide, y ambos son publicadas bajo la supervisión de Chernin. El principal periódico neoconservador impreso, *The Weekly Standard*, es también publicado por News Corporation y editado por William Krislo, y portavoz “intelectual” neocon y líder judío.

La mayoría de las compañías de películas y TV que no son propiedad de grandes corporaciones están también controladas por judíos.

Por ejemplo, [Spyglass](#), una productora de cine “independiente” que ha hecho películas como *The Sixth Sense*, *The Insider*, y *Shanghai Noon*, está controlada por sus fundadores judíos Gary Barber y Roger Birnbaum, que son co-presidentes. Jonathan Glickman sirve como presidente y Paul Neinstein es vicepresidente ejecutivo. Ambos son judíos. Spyglass hace películas exclusivamente para DreamWorks SKG.

La más conocida de las compañías de medios más pequeñas, [DreamWorks SKG](#), es un asunto estrictamente kosher. DreamWorks fue formada en 1994 por el magnate David Geffen, de la industria discográfica, el anterior presidente de Disney Pictures Jeffrey Katzenberg y el director de cine Steven Spielberg, los 3 judíos. La compañía produce películas, películas animadas, programas de TV y música. Considerando el dinero y conexiones que Geffen, Katzenberg y Spielberg tienen, DreamWorks puede pronto estar en la misma liga que los 4 grandes.

Un estudio principal, [Columbia Pictures](#), es poseído por la empresa japonesa multinacional [Sony](#). No obstante, la presidenta es la judía Amy Pascal, y su obra completamente refleja la agenda social judía. La filial de música Sony recientemente se fusionó con el gigante de la música europeo BMG para formar Sony BMG Music Entertainment, ahora uno de los distribuidores de música más grandes del mundo. Está encabezado por el CEO Andrew Lack, anterior presidente y CEO de NBC y judío. Las operaciones generales de Sony en EEUU están dirigidas por un judío llamado Howard Stringer, antes en CBS, que contrató a Lack.

Es bien conocido que los judíos han controlado la mayoría de la producción y distribución de películas desde poco después del inicio de la industria cinematográfica en las primeras décadas del siglo 20. Cuando Walt Disney murió en 1966, la última barrera a la total

dominación judía desapareció, y los judíos se adueñaron de la propiedad de la compañía que Walt construyó.

Las películas producidas por siete de las empresas mencionadas arriba -Disney, Warner Brothers, Paramount (Viacom), Universal (NBC Universal), 20th Century Fox (News Corp.), DreamWorks, and Columbia (Sony)—contabilizaron el 94% de la recaudación total del año 2003.

Las 3 grandes cadenas de TV solían ser [ABC](#), [CBS](#) y [NBC](#). Con la consolidación de los imperios de medios, estos 3 ya no son entidades independientes. Sin embargo, mientras fueron independientes, cada una fue controlada por un judío desde el principio: ABC por Leonard Goldenson; NBC primero por David Sarnoff y luego por su hijo Robert; and CBS primero por William Paley y luego por Laurence Tisch. Durante varias décadas estas empresas fueron ocupadas con cargos de arriba a abajo con judíos, y la judaicidad esencial de las cadenas de televisión no cambió cuando fueron absorbidas por otras corporaciones dominadas por judíos. La presencia judía en las noticias de TV queda particularmente fuerte.

NBC es un buen ejemplo de esto. El presidente de NBC News es Neal Shapiro. Jeff Zucker es el presidente de NBC Universal Television Group president. Informando directamente a Zucker está su amigo cercano Jonathan Wald, anterior productor de programas de NBC, ahora consultor senior para CNBC. David M. Zaslav es presidente de NBC Cable (y también director de la empresa de vídeo digital TiVo Inc.). El presidente de NBC es Rick Kaplan. Todos ellos judíos.

Una similar preponderancia existe en las filiales de noticias de las otras empresas. Sumner Redstone, Tom Freston, and Les Moonves controlan CBS de Viacom. Moonves demostró su poder en 2002 reemplazando a todo el equipo del nuevo CBS Early Show. También es **sobrino-nieto del líder sionista David Ben-Gurion, el primer primer-ministro de Israel.** (Nota de qbit: Este es el que afirmó que la humanidad acabaría unificada bajo la ONU y dirigida por el trono de Israel). Al Ortiz (también judío) es productor ejecutivo y director de sucesos especiales para CBS News. El productor ejecutivo senior Michael Bass y Victor Neufeld (anterior productor de 20/20 de ABC) produce CBS Early Show; ambos son judíos.

En ABC, David Westin, que es judío según Jeffrey Blankfort del Middle East Labor Bulletin, es el presidente de ABC News. El vicepresidente senior para noticias en ABC es Paul Slavin, también judío. Bernard Gershon, judío, es vicepresidente senior/director general de ABC News Digital Media Group, en cargo de ABCNEWS.com, ABC News Productions, y ABC News Video Source.

Los medios escritos

Tras las noticias de TV, los diarios son el medio de información más influyente de EE.UU. Alrededor de 58 millones se venden (y presumiblemente leen) al día. Estos millones se dividen entre unas 1.456 publicaciones diferentes. Uno podría concluir

que la gran cantidad de diferentes periódicos por todo EE.UU. proporcionaría una salvaguarda contra el control minoritario y la distorsión. Pues va a ser que no. Hay menos independencia, menos competencia y mucha menos representación de los intereses de la mayoría de lo que un observador casual podría pensar.

En 1945, 4 de cada 5 periódicos eran independientes y publicados por gente local con estrechos lazos a sus comunidades. Esos días se fueron. La mayoría de los periódicos independientes fueron comprados o sacados del negocio a mediados de los 70. Hoy, la mayoría de periódicos locales son poseídos por un más bien pequeño número de grandes empresas controladas por ejecutivos que viven a cientos o incluso miles de millas de distancia. Hoy menos del 20 % de los 1.456 periódicos del país son independientes; el resto pertenecen a cadenas multi-periódicos. Sólo 103 del número total tienen tiradas de más de 100.000 ejemplares. Sólo un manojo son suficientemente grandes para mantener equipos directivos independientes fuera de sus propias comunidades; el resto deben depender de estos pocos para todas sus noticias nacionales e internacionales.

[The Associated Press \(AP\)](#), que vende contenido a periódicos, está actualmente bajo el control de su vicepresidente y editor de gestión judío Michael Silverman, que dirige los reportajes de noticias del día a día y supervisa los departamentos editoriales. Silverman ha dirigido las noticias nacionales de AP como editor de gestión adjunto, comenzando en 1989. La judía Ann Levin es la editora de noticias nacional de AP. Silverman y Levin están bajo Jonathan Wolman, también judío, que fue promocionado a vicepresidente senior de AP en noviembre 2002.

En sólo el 2% de las ciudades de EEUU hay más de un periódico diario, y la competencia es frecuentemente nominal entre ellos, como entre ediciones matinales y de la tarde bajo el mismo dueño o bajo acuerdos de operación conjunta.

Mucha de la competencia ha desaparecido por las tácticas monopolísticas de la “holding company” judía Newhouse, [Advanced Publications](#). Advance Publications compra uno de los dos periódicos de la competencia, y luego comienza una guerra publicitaria rebajando los precios de los anuncios, que lleva a ambos periódicos al filo de la bancarrota. Advance Publications luego compra el periódico competidor. A menudo ambos periódicos continúan: uno como periódico matinal y el otro como de la tarde. A veces, se cierra uno de los dos quedando uno sólo en esa ciudad. Por ejemplo, en 2001 los Newhouse cerraron el Herald-Journal de Syracuse, quedándose el otro periódico de Syracuse, el Post-Journal, con un monopolio.

El imperio Newhouse proporciona un ejemplo de más que falta de competencia real en los diarios de EEUU: también ilustra el insaciable apetito judío por todos los órganos de control de opinión en los cuales pueden hincar sus garras. Los Newhouse tienen 31 periódicos, incluyendo varios grandes e importantes, tales como Cleveland Plain Dealer, Star-Ledger de Newark, y el de New Orleans Times-Picayune; Newhouse Broadcasting, formado por emisoras de TV y operaciones de cable; el suplemento dominical Parade, con una tirada de más de 35 millones de ejemplares por semana; unas 2 docenas de revistas importantes, incluyendo The

New Yorker, Vogue, Wired, Glamour, Vanity Fair, Bride's, Gentlemen's Quarterly, Self, House & Garden, y todas las otras revistas cuyo capital tienen al 100% del grupo Conde Nast. La dirección de las revistas es, como usted podría esperar, muy kosher. Parade puede servir como ejemplo: Su publicador es Randy Siegel, su editor y vicepresidente senior es Lee Kravitz, su director creativo es Ira Yoffe, su editor científico es David H. Levy, y su editor de salud es Dr. Isadore Rosenfeld.

Este imperio de medios judíos fue fundado por el antiguo Samuel Newhouse, un inmigrante de Rusia. Cuando murió en 1979 a la edad de 84, legó propiedades en medios valorados en 1.300 millones \$ estimados a sus 2 hijos, Samuel y Donald. Con una cierta cantidad de adquisiciones posteriores, el valor de la red de Advance Publications ha crecido a más de 9.000 millones hoy. El crecimiento de tantos periódicos por la familia Newhouse fue facilitada por la estructura de ingresos publicitarios de los periódicos. **Los periódicos, en gran parte, no se mantienen por sus clientes, sino por sus anunciantes.** Es el ingreso publicitario -no el pequeño obtenido de los lectores- el que principalmente paga el sueldo del editor y proporciona beneficios al dueño. Siempre que los grandes anunciantes en una ciudad eligen favorecer un periódico sobre otro con su negocios, el favorecido crecerá mientras que su competidor muere. Desde el comienzo del siglo pasado, cuando el poder mercantil judío en EEUU llegó a ser una fuerza económica dominante, ha habido un alza constante en la cantidad de periódicos americanos en manos judías, acompañados por una declinación constante en la cantidad de periódicos gentiles competidores -una extensión del resultado de las políticas publicitarias selectivas por mercantes judíos.

Además, incluso aquellos periódicos todavía bajo manos y gestión gentiles son tan fuertemente dependientes de los ingresos publicitarios judíos que sus políticas informativas de noticias y editoriales son grandemente restringidas por judíos guste o no. Se mantiene cierto en los negocios periodísticos como en todas partes que el que paga manda.

Tres periódicos judíos.

La supresión de la competencia y el establecimiento de monopolios locales en la difusión de noticias y opinión han caracterizado el alza del control judío sobre la prensa americana. La capacidad resultante de los judíos para usar la prensa como un instrumento sin oposición de la política judía podría difícilmente ser mejor ilustrada que con los ejemplos de los 3 más prestigios e influyentes periódicos: el [New York Times](#), el [Wall Street Journal](#), y el [Washington Post](#). Estos tres, dominando los capitales políticos y financieros de EEUU, son los periódicos que ponen las tendencias y las guías para casi todos los demás. Son los que deciden qué es noticia y qué no lo es a niveles nacionales e internacionales. Originan las noticias; los otros meramente las copian. Y los tres están en manos judías.

El New York Times, con una tirada en el 2003 de 1,119,000, es la guía no oficial social, de moda, entretenimiento, política y cultural de la nación. Dice a la "smart set" de América qué libros comprar y qué películas ver; qué opiniones están de

moda en el momento; qué políticos, educadores, líderes espirituales, artistas y hombres de negocios son los de éxito. Y durante unas pocas décadas en el siglo 19, fue un genuino periódico americano.

El New York Times fue fundado en 1851 por dos gentiles, Henry J. Raymond y George Jones. Después de sus muertes, fue comprado en 1896 de la propiedad de Jones por un adinerado editor judío, Adolph Ochs. Su tataranieto, Arthur Sulzberger, Jr., es el actual editor del periódico y el presidente del New York Times Co. Russell T. Lewis, también judío, es presidente y director ejecutivo jefe de The New York Times Company. Michael Golden otro judío, es vicepresidente. Martin Nisenholtz, judío, lleva sus masivas operaciones por Internet.

La familia Sulzberger también posee, a través de New York Times Co., otros 33 periódicos, incluyendo el Boston Globe, comprado en junio 1993 por 1.100 millones \$; 8 emisoras de TV y 2 de radio; y más de 40 operaciones Web orientadas a noticias. También publica el International Herald Tribune, el diario de idioma inglés más ampliamente distribuido en el mundo. El New York Times News Service transmite historias de noticias, "features", y fotos de New York Times por cable a otros 506 periódicos, agencias de noticias y revistas.

De importancia nacional similar es el Washington Post, que, al establecer sus "filtraciones" de agencias del gobierno en Washington, tiene una pista más cercana en las noticias relacionadas con el gobierno Federal.

El Washington Post, como el New York Times, tuvo un origen no judío. Fue establecido en 1877 por Stilson Hutchins, comprado a él en 1905 por John McLean, y después heredado por Edward B. McLean. En junio 1933, sin embargo, en el pico de la Gran Depresión, el periódico cayó en bancarrota. Fue comprado en la subasta por Eugene Meyer, un financiero judío y anterior socio del infame Bernard Baruch, un judío que fue zar de la industria en EEUU durante la 1ª Guerra Mundial. El Washington Post fue dirigido por Katherine Meyer Graham, la hija de Eugene Meyer hasta su muerte en 2001. Ella fue la principal accionista y presidenta de Washington Post Company; y puso a su hijo, Donald Graham, de publicador del periódico en 1979. Donald se convirtió en CEO de Washington Post Company en 1991 y su presidente en 1993, y la cadena de control judío sigue sin romperse. El periódico tiene una tirada diaria de 732.000 y su edición dominical vende más de 1 millón.

El Washington Post Company tiene una cierta cantidad de filiales en periódicos (Gazette Newspapers, incluyendo 11 publicaciones militares); en TV (WDIV en Detroit, KPRC en Houston, WPLG en Miami, WKMG en Orlando, KSAT en San Antonio, WJXT en Jacksonville); y en revistas, más notablemente la revista semanal número 2 de la nación, Newsweek.

Las empresas de TV de Post Company alcanzan un total de unos 12 millones de hogares, y su servicio de TV por cable, Cable One, tiene 750.000 clientes.

El Wall Street Journal vende 1,820,000 copias cada día laborable y es propiedad de Dow Jones & Company, Inc., una empresa de New York que también publica otros 33 periódicos y el semanario financiero Barron's. El presidente y CEO de Dow Jones es Peter R. Kann, que es judío. Kann también tiene los cargos de presidente y editor de Wall Street Journal.

La mayoría de los otros periódicos principales de Nueva York no están en mejores manos que el New York Times y el Wall Street Journal. En enero de 1993, el [New York Daily News](#) (tirada: 729.000) fue comprado al último magnate judío de los medios Robert Maxwell (nacido Ludvik Hoch) por el inversor inmobiliario judío Mortimer B. Zuckerman. Otro judío, Les Goodstein, es el presidente y director operativo jefe de New York Daily News. Y, como se mencionó arriba, el New York Post de inclinación neoconservadora, (tirada 652.000) es propiedad de News Corporation bajo la supervisión del judío Peter Chernin.

Revistas de noticias

La historia es similar para otros medios como lo es para televisión, radio, películas, música y periódicos. Considere, por ejemplo, las revistas. Hay sólo 3 de gran importancia publicadas en los Estados Unidos: [Time](#), [Newsweek](#), y [U.S. News & World Report](#).

Time, con una tirada semanal de 4.1 millones, es editada por una filial de Time Warner Communications, el conglomerado de medios informativos formado por la fusión en 1989 de Time, Inc. con Warner Communications. El editor jefe de Time Warner Communication es Norman Pearlstein, un judío.

Newsweek, como se mencionó arriba, es editada por Washington Post Company, bajo el judío Donald Graham. Su tirada semanal es 3.2 millones.

U.S. News & World Report, con una tirada semanal de 2 millones, es propiedad de y editada por el antes mencionado Mortimer B. Zuckerman, que también ha tomado la posición de editor jefe de la revista para sí mismo. Zuckerman también es dueño del tabloide de Nueva York, Daily News, que es el 6º periódico más grande de la nación.

Nuestra responsabilidad.

Estos son los hechos del control de los medios en EE.UU. Cualquiera deseando pasar unas horas en una gran biblioteca examinando las ediciones actuales de los anuarios de las industrias de la radio y la televisión y en los directorios de periódicos y revistas, tales como las publicadas por Standard and Poors y por Dun and Bradstreet; y en obras de referencia biográficas estándares puede verificar su exactitud. Son innegables. Cuando se confrontan con estos hechos, los portavoces judíos habitualmente usarán tácticas evasivas. “¡Ted Turner no es judío!” anunciarán triunfantemente, como si eso sentenciara el problema. Si se les presiona más allá, ellos acusarán al oponente de “anti-semitismo” por incluso

mencionar el asunto. Es el temor de esta acusación que mantiene a muchas personas que conocen los hechos en silencio.

Pero no debemos permanecer callados en este el más importante de los problemas. El control judío de los medios de masas en EE.UU. es el único hecho más importante de la vida, no sólo en EE.UU., sino en el mundo entero hoy. No hay nada – plagas, hambre, colapso económico, incluso guerra nuclear- más peligroso para el futuro de nuestro pueblo.

El control judío de los medios determina la política exterior de los Estados Unidos y permite a los intereses judíos más que los intereses americanos decidir cuestiones de guerra y paz. Sin el control judío de los medios, no habría habido Guerra del Golfo Pérsico, por ejemplo. No habría habido masacre de la OTAN de civiles serbios. No habría habido Guerra de Iraq, y miles de vidas se habrían salvado. Habría habido poco, si algo, de apoyo americano al estado sionista de Israel, y los odios, enemistades y terror de Oriente Medio nunca habría venido a nuestras costas.

Al permitir a los judíos controlar nuestros medios de entretenimiento y de noticias, estamos haciendo más que meramente darles una influencia decisiva en nuestro sistema político y control virtual de nuestro gobierno; también estamos dándoles el control de las mentes y almas de nuestros hijos, cuyas actitudes e ideas están configuradas más por la TV judía y películas judías que por los padres, colegios o cualquier otra influencia.

Los medios de entretenimiento controlados por judíos han tomado la iniciativa en persuadir a una completa generación que la homosexualidad es una normal y aceptable forma de vida; que no hay nada malo con que mujeres blancas se citen o casen con hombres negros, o que hombres blancos se casen con mujeres asiáticas; que todas las razas son hereditariamente iguales en habilidad y carácter -excepto que el carácter de la raza blanca es sospechoso debido a una historia de oprimir a otras razas; y que cualquier esfuerzo de los blancos en la auto-preservación es criticable.

Debemos oponernos a que se siga difundiendo este veneno entre nuestro pueblo, y debemos romper el poder de aquellos que están difundándolo. Sería intolerable por tal poder estar en manos de una minoría extranjera con valores e intereses diferentes de los nuestros. Pero permitir a los judíos, con su historia de 3.000 años de arruinar naciones, desde el antiguo Egipto hasta Rusia, mantener tal poder sobre nosotros es equivalente al suicidio racial. Desde luego, **el hecho de que tantos americanos blancos hoy estén tan llenos de un sentimiento de culpa racial y auto-odio que hace que estén activamente buscando la muerte de su propia raza es una consecuencia deliberada del control judío de los medios.**

Una vez que hemos absorbido y entendido la realidad del control judío de los medios, es nuestra inexcusable responsabilidad hacer lo que sea necesario para

romper ese control. Debemos combatir este maligno poder que ha ceñido su puño sobre nuestro pueblo y está inyectando su veneno letal dentro de las mentes y almas de nuestro pueblo. Si nuestra raza falla en destruirlo, ciertamente destruirá nuestra raza.

Medios de nuestra propiedad.

Un número creciente de americanos blancos están trabajando para construir nuevos medios no bajo el control judío. National Vanguard Books, la editorial de este panfleto, también publica su propia revista de noticias, opinión y pensamiento a todo color, [National Vanguard](#), una muestra de la cual está disponible en la dirección de abajo por 5 dólares en los EE.UU. y Canadá, y 8 dólares en el resto. También operamos un sitio web de comentarios y de noticias, actualizado varias veces diariamente, en [NationalVanguard.org](#); y un programa de radio semanal, [American Dissident Voices](#). El programa en sí mismo y su horario de emisión están disponibles en [natvan.com](#) y [NationalVanguard.org](#) o escribiendo a la dirección de abajo. Es vital que apoyemos nuestros medios alternativos.

[National Alliance](#), la organización padre de [National Vanguard Books](#), es una organización afiliada de activistas trabajando por los intereses blancos y ayudando a construir y fundar nuestros nuevos medios. Para más información sobre la afiliación a Alliance, escriba a P.O. Box 90, Hillsboro WV 24946 USA.

Copias de este artículo en folleto pueden ser pedidas de [National Vanguard Books](#), P.O. Box 330, Hillsboro, WV 24946 USA. 10 copias, \$6. 25 copias, \$9. 100 copias, \$20. 1000 copias, \$154. Precios incluye envío. Nuestro catálogo de libros, listando más de 600 libros, vídeos y grabaciones de audio, están disponibles por 3 dólares ¿contra reembolso? (“postpaid”).

Este documento está también disponible en [versión Adobe PDF](#).

Todo el contenido copyright ©2004 [National Vanguard Books, Inc.](#) Dueños de medios, directores, y relaciones empresariales cambian de vez en cuando, claro. Todos los nombres y otros datos en este informe, excepto donde se indique, son exactos a fecha de **Noviembre 2004**.