

## **Propuestas de comunicación alternativa en Internet: Los casos de Hispanidad, Minuto Digital y Rebelión**

Dr. Ramón Reig  
Dra. Aurora Labio  
(Universidad de Sevilla)

### **Resumen**

La evolución experimentada en Internet durante el último lustro hace necesaria la revisión de su papel como herramienta de comunicación. Las novedades en este terreno se han sucedido a un ritmo vertiginoso haciendo caer grandes mitos, pero también aportando iniciativas que en principio no habían sido contempladas.

Las posibilidades de la red de redes para modos alternativos de información permiten incluso la definición de un pluralismo real, en contraste con el pluralismo aparente de la información escrita (e incluso de la audiovisual “de masas”) donde el mensaje periodístico suele ser esencialmente uniforme. Entendemos por pluralismo el enfoque sustancialmente distinto de la cultura, tomado este concepto en su sentido antropológico, es decir, como sistema de valores, ritos y símbolos por los que se rige una comunidad.

En nuestra comunicación, nos vamos a centrar en el análisis de tres medios de ideología extrema que amplían el bipartidismo imperante en la prensa de referencia. Nos referimos a Hispanidad y Minuto Digital, como representantes de una propuesta utraconservadora, y Rebelión, de clara tendencia marxistalennista.

Desde esta perspectiva, los medios que vamos a tratar desbancan a los “tradicionales” escritos y ofrecen al receptor la oportunidad de poder alcanzar cuotas más altas de conocimiento a la hora de analizar su entorno. Sin embargo, hemos de decir que no es menos cierto que estos enfoques deben ser completados con una formación cultural sólida para poder enfrentarse a ellos con propiedad.

**Palabras claves:** Medios alternativos/Internet/Pluralismo/Hispanidad/Minuto Digital/Rebelión

### **Introducción**

Hace algunos años realizamos una comunicación para las Primeras Jornadas sobre Teletabajo, celebradas en Santiago de Compostela bajo el Programa Operativo Interreg IIC Espacio Atlántico y financiadas con Fondos FEDER de la Comunidad Económica Europea. En aquella ocasión, compartimos mesa bajo el título “La importancia del periodista en la era digital” y nos centramos en ejemplos españoles que por aquel entonces estaban empezando a despuntar.

Cuatro años después volvemos a interesarnos por el periodismo digital, pero en esta ocasión nos centramos en modelos alternativos. La evolución experimentada en el terreno en el último lustro hace necesaria la revisión del papel de Internet como herramienta de comunicación. Las novedades en la Red se han sucedido a un ritmo vertiginoso haciendo caer grandes mitos, pero también aportando iniciativas que en principio no habían sido contempladas.

El catedrático Mariano Cebrián hablaba recientemente del “pinchazo a la burbuja tecnológica<sup>1</sup>” para referirse a la crisis que ha afectado a grandes grupos de comunicación a

---

<sup>1</sup> CEBRIÁN HERREROS, Mariano: “Pinchazo a la burbuja tecnológica”, en <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc77/burbuja.html>

comienzos de los años 2000. A su entender, desde mediados de los noventa, dichas compañías se lanzaron a la feroz competencia por estar entre los primeros a costa de inversiones millonarias en negocios de telecomunicaciones, informática y medios. Dentro de esta dinámica se incluía, por supuesto, el interés por Internet como “negocio de futuro” que no se podía dejar escapar. Asistimos así a una especie de “fiebre”, de vértigo por copar sitios en la Red y colocar productos, mientras se pensaba en buscar la rentabilidad. En muchos de estos casos, la experiencia se saldó con sonados fracasos, tal y como le ocurrió al grupo Disney, que en 2001 cerraba su portal *Go. Com* tras alcanzar pérdidas de más de mil millones de dólares.

Actualmente, nos encontramos en un período de tranquilidad por parte de estos conglomerados que aceptan la importancia de sus inversiones en la Red como una parte más de sus negocios. Sin embargo, al mismo tiempo, Internet se desvela como vía de expresión de otros modos de informar.

De Pablos Coello, Pestano Rodríguez y Mateos Martín<sup>2</sup> hablan así de las posibilidades de la Red como “herramienta liberalizadora” para alcanzar una información menos intermediada, más directa y menos comercializada (sic). Incluso, se refieren a una “forma de insumisión antiglobalizadora” que incluiría a todas aquellas iniciativas surgidas en el ciberespacio “al margen del concepto económico dinerario”.

Estos autores mantienen la convicción del uso de Internet de forma positiva para todos aquellos que nunca han tenido la opción de ser escuchados, adquiriendo especial relevancia en este nuevo contexto los más desfavorecidos. Este es, efectivamente, uno de los mayores y mejores logros de Internet, aunque ya hemos advertido en otro trabajo<sup>3</sup> nuestro escepticismo sobre el hecho de que el acceso a la Red sea hoy igual para todos. El debate en torno a esta cuestión sigue siendo arduo, sobre todo cuando las cifras sitúan sólo a un 12 por ciento del total de la población como internautas habituales en el mundo.

Para esta Bienal, sin embargo, nuestro objetivo es plantear las posibilidades de la red de redes para modos alternativos de información. De hecho, los casos que vamos a estudiar desvelan el pluralismo de la red que se presenta como pluralismo real, en contraste con el pluralismo aparente de la información escrita (e incluso de la audiovisual “de masas”) donde el mensaje periodístico suele ser esencialmente uniforme. Entendemos por pluralismo el enfoque sustancialmente distinto de la cultura, tomado este concepto en su sentido antropológico, es decir, como sistema de valores, ritos y símbolos por los que se rige una comunidad.

Desde esta perspectiva, los medios que vamos a tratar desbancan a los “tradicionales” escritos y ofrecen al receptor la oportunidad de poder alcanzar cuotas más altas de conocimiento a la hora de analizar su entorno. Sin embargo, hemos de decir que no es menos cierto que estos enfoques deben ser completados con una formación cultural sólida para poder enfrentarse a ellos con propiedad.

---

<sup>2</sup> DE PABLOS COELLO, J. M., PESTANO RODRÍGUEZ, J. y MATEOS MARTÍN, C.: “Mantengamos la utopía: la Red es nuestra”, en *Ámbitos*, nº 7-8, 2º Semestre 2001-1er Semestre 2002, Ed. Universidad de Sevilla, pp. 83-93.

<sup>3</sup> REIG, Ramón: *El éxtasis cibernético*, Libertarias/Prodhufo, Madrid, 2001, pp. 54-55.

### **Publicaciones digitales en Internet. El poder de los grandes grupos**

A mediados de los noventa, las grandes empresas de comunicación españolas –y otras iniciativas más modestas- saltaban a la Red para poner en marcha sus ediciones digitales. En todos los casos se trataba de réplicas de las de papel impreso que poco a poco se fueron perfilando para adquirir unas características propias y diferenciadoras desde el punto de vista formal.

Precisamente, éste es uno de los aspectos fundamentales de todos los medios escritos en Internet: se plantean como productos que ofrecen servicios varios, mientras que comparten la uniformidad del mensaje. En este sentido, la adscripción del usuario a uno u otro periódico dependerá precisamente de esas “ventajas” cibernéticas, más incluso que de su posición ideológica.

Por ejemplo, *El País* –cuya consulta es desde 2003 por suscripción- manda titulares a sus abonados de forma gratuita. Mientras, *El Mundo* posee servicios de traducción y de hemeroteca, tanto para los títulos impresos como para la edición digital. Conseguida la habitualidad de leer en pantalla, estos periódicos pugnan actualmente por fidelizar a través de sus servicios.

Como ocurre con el periodismo en papel, no hay que perder de vista al lector y, por tanto, el resultado tendrá que ser cada vez más atractivo. Los contenidos, adaptados al lenguaje de la nueva tecnología, no se diferenciarán de sus “hermanos mayores” y repetirán sus mismos esquemas. Incluso, como nos advierte Manuel López, estarán en una situación de desventaja aún mayor:

El periodismo digital puede estar convirtiéndose en un gran portavoz de empresas e instituciones del sistema porque sus periodistas no están allí, en los escenarios, para contrastar las noticias, lo que Gaye Tuchman denomina facticidad, es decir, lo verificable. En el caso de los periódicos digitales creados desde empresas periodísticas convencionales –especialmente las de medios impresos-, sus redacciones se aprovechan del trabajo de sus compañeros y compañeras de la empresa hermana, que sí disponen de noticias frescas. Pero aun en este caso, apenas nunca adelantan a través de la red alguna noticia exclusiva que tenga una importancia determinada en la edición impresa y que aparecerán en la edición del día siguiente.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> LÓPEZ, Manuel: *Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI*, Ed. Paidós Comunicación, Barcelona, 2004, p. 207. Sobre la misma cuestión ya hablamos también en 2002 en el VII Congreso y Asamblea de la Sociedad Española de Periodística en la comunicación. Puede verse REIG, Ramón, LABIO, Aurora y GARCÍA ORTA, M<sup>a</sup> José: “Visión de las Nuevas Tecnologías de la Información y mínima reflexión crítica desde el Periodismo”, en GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel (ed.): *Las Tecnologías periodísticas: Desde el ayer al mañana*, Ed. SEP, Sevilla, 2005, pp. 442-460. Edición cibernética.

En ambos casos, edición impresa o edición *on line*, los contenidos van a responder siempre a criterios generalizados<sup>5</sup> complacientes con el orden establecido. Si acudimos a las portadas de cualquier medio impreso en Internet durante la jornada de hoy, observaremos que se repiten las noticias del día, sólo con ligeras variaciones en virtud de la cuota de mercado que se desee cubrir. Pero, además, en casos concretos, observaremos “extrañas” coincidencias: noticias que se “desinflan” a pesar de su importancia, silencio sobre determinadas circunstancias o aparición de personajes a los que sorprendentemente se les dedica un espacio amplio y un tratamiento favorable/desfavorable según interese.

Como ejemplo de este último caso, queremos citar la forma en la que los medios españoles trataron las elecciones celebradas en Ucrania en noviembre de 2004. Llama la atención, en primer lugar, la presencia en la agenda informativa de unos comicios celebrados en un país que, por regla general, apenas aparece en las páginas de los periódicos. Pero sorprende aún más la manera utilizada para referirse a los dos aspirantes a la presidencia, Víktor Yúshenko y Víktor Yanukóvich. En lo que parecía ser una clara “cruzada” de las potencias occidentales, los medios rápidamente calificaron al primero de ellos como el candidato “pro-europeo”, mientras se referían al segundo como “pro-ruso”. Pero, además, en la descripción sobre el perfil de cada uno de ellos, periódicos como *El País* y *El Mundo* legitimarán las argumentaciones occidentalistas.

Por ejemplo, el jueves 25 de noviembre, la cabecera de Polanco se despachaba con la siguiente semblanza sobre Víktor Yanukóvich, que titulaba “Dos veces en la cárcel”:

Víktor Yanukóvich, actual primer ministro, tiene 54 años y las elecciones le han sacado a la luz sus antecedentes penales. En su juventud, estuvo dos veces en la cárcel. Huérfano de padre, fue condenado por hurto cuando tenía 17 años, y posteriormente por agresión. Los expedientes de ambas condenas han desaparecido. Yanukóvich, ex gobernador de la región de Donetsk, es considerado un duro y está acostumbrado a lidiar con poderosas mafias.

Mientras, para el caso de Víktor Yúshenko, *El País* titulaba “El hombre del cambio” y afirmaba:

Fue presidente del Banco Central y se atrajo la admiración de Occidente por sus esfuerzos reformistas en el Gobierno del presidente saliente, Leonid Kuchma. Después de lograr reducir el impacto de la deuda rusa en 1998, Yúshenko fue nombrado primer ministro por Kuchma, y muchos analistas creen que éste le estaba preparando como sucesor. Su popularidad en todo el país llegó a

---

<sup>5</sup> Para conocer cuáles son, de manera sintética, las características de los mensajes periodísticos pertenecientes a los principales grupos de comunicación recomendamos la lectura de REIG, Ramón y GARCÍA ORTA, María José: “Sociedad, Estructura Mediática y Mensajes”, en *Ágora, Revista de Ciencias Sociales*, número 10, 2004, pp. 124-127.

contrastar con la mala imagen de Kuchma, quien le destituyó en 2001 apoyándose en los grupos industriales próximos a Moscú.

En el mismo sentido se pronunciaba también *El Mundo*, en su edición digital del jueves 25 de noviembre, refiriéndose a Yanukovich como “el candidato del poder” apoyado en la corrupción y la mafia, y a Yúshenko como el “candidato del pueblo”. Además, este periódico aumentaba los antecedentes del primero –basados en rumores de la calle, según confirma el rotativo- no sólo por robo a mano armada, sino también por violación.

El caso comentado es llamativo también por la dedicación prestada, sobre todo si tenemos en cuenta cómo otros grandes temas y personajes han desaparecido del panorama informativo. Queremos destacar, en este sentido, la falta de información referente a la captura y, sobre todo, cautiverio de Sadam Hussein. Y en esto también todos los medios se han mostrado unánimes, atendiendo sólo puntualmente a determinadas imágenes del presidente iraquí, siempre sin declaraciones y sin datos sobre su paradero o sus circunstancias. Después de años en los que se generó –también a través de los medios- al gran “monstruo” para Occidente, la opinión pública sólo sabe que fue detenido en 2003 y que algún día será juzgado.

Los ejemplos anteriores ponen de manifiesto que existen unas consignas implícitas en los contenidos mediáticos occidentales<sup>6</sup> que responden a los intereses del sistema, de manera general, y a relaciones político-estructurales, en ocasiones concretas. La planificación informativa está totalmente controlada por parte de los grupos comunicativos tradicionales, lo que deja algo más que mal parado el concepto de pluralismo.

En este contexto, sin embargo, es donde cobra sentido la importancia de Internet como soporte para otro tipo de mensajes. Ya dijimos en otro momento que no podemos hablar de un “movimiento amplio y articulado bajo una ideología alternativa<sup>7</sup>”, pero sí que es posible aludir a formas alternativas de comunicación. Para demostrar nuestra afirmación, hemos seleccionado tres medios digitales españoles: *Hispanidad* y *Minuto Digital*, de ideología ultraconservadora, y *Rebelión*, situado en la extrema izquierda.

### **Los casos de *Hispanidad* y *Minuto Digital***

Fundada en marzo de 1996, *Hispanidad* es una publicación digital que podíamos calificar de ideología conservadora ultracatólica. Se presenta como periódico electrónico, ofreciendo informaciones de diferente tipo e incorporando noticias de última hora en una casi constante actualización.

A partir de los titulares que ofrece, el lector puede ir ya percibiendo la intencionalidad del medio que cobra totalmente su sentido en el interior. Se combina la información con los juicios de valor, lo que dota a las informaciones de un marcado carácter editorializante. Por ejemplo, cuando en junio de 2005, el Gobierno español anuncia la posibilidad de prejubilarse a 25.000

---

<sup>6</sup> Véase también al respecto REIG, Ramón: *Dioses y Diablos Mediáticos*, Urano, Barcelona, 2004, pp.294-304.

<sup>7</sup> REIG, Ramón: *El éxtasis...* Op.Cit. p. 43.

funcionarios, *Hispanidad* titula “Solbes [ministro de Economía español] rompe con la política de equilibrio fiscal del PP”, para continuar:

La medida es nefasta, porque el gran problema económico de Europa sigue siendo el envejecimiento de la población y, por ello, la imposibilidad de mantener en un futuro cada vez más próximo las prestaciones públicas y, en concreto, el nivel actual de pensiones. En segundo lugar, en los ambientes económicos siempre se ha pensado que prejubilarse es como cerrar bibliotecas, tirar por la borda la experiencia laboral acumulada. Por último, y aunque esto afecte poco a la Administración Pública, prejubilarse supone precarizar el empleo, en el sentido de que el trabajo del prejubilado es cubierto por jóvenes dispuestos a trabajar más horas por menos dinero<sup>8</sup>.

La valoración continua pone de manifiesto el cariz antigubernamental de la publicación, lo que sin embargo no significa que se adscriba al partido opositor. Precisamente, es por este motivo por el que consideramos a *Hispanidad* como un modelo alternativo de comunicación. Esto se palpa, fundamentalmente, cuando se analizan las Cartas del Director, entre las que hemos destacado la titulada “18-J. ¿Qué es peor: la Cristofobia del PSOE o la tibieza del PP?”. La misiva se refiere a la convocatoria para el 18 de junio de 2005 de la Manifestación a favor de la Familia, convocada por diversas asociaciones como protesta a la legalización en España del matrimonio entre homosexuales. El director, Eulogio López, se queja en la misma de lo que califica una “tibia posición” del Partido Popular a la hora de pronunciarse en contra del matrimonio gay, formulando como una acusación el “centrorreformismo” de su líder Mariano Rajoy. Con contundencia, la carta acaba de la siguiente manera:

Es más, diría que la idea que debemos meternos en la cabeza es: Lo que es bueno para el PP no es bueno para la Iglesia, y viceversa. No obstante, recordemos a Indro Montanelli: tapaos la nariz y votad Democracia Cristiana, clamaba el viejo periodista. Pues ya saben: tápense la nariz y acudan a la manifestación en defensa de la familia. Merece la pena: por la familia, no por el PP. Para sacudirnos tantos años de cobardía, pero no para favorecer una opción política. Que la manifestación sea un éxito. Y cuando termine, denle un corte de mangas al Partido Popular, por manipuladores y como diría mi admirado Jaime Campmany, por ser un `poquito cabrones<sup>9</sup>.

Se comprueba, por tanto, que el bipartidismo imperante en la prensa de nuestro país se fractura para el caso de *Hispanidad*. Su línea ideológica se sustenta fundamentalmente en la defensa de unos valores conservadores a ultranza que le llevan a estar fuera del sistema.

---

<sup>8</sup> Edición del 15 de junio.

<sup>9</sup> Edición 15 de junio.

Sorprende, por lo que tiene de cercano con el discurso de izquierda, encontrar declaraciones como las que vamos a tratar a continuación. Se trata, de nuevo, de una Carta del Director, en la que muestra su rechazo a la posible regulación de la prensa digital en nuestro país. La argumentación mantenida, más allá de un ataque al gobierno socialista, constituye una feroz crítica al sistema de economía de mercado:

Veamos: el sector audiovisual, tanto radio como televisión, está sometido a concesión administrativa. Por tanto, no esperen ustedes demasiadas críticas al poder. La radio y la televisión podrán criticar a un Gobierno dado, pero siempre estarán con el Sistema de poder imperante, especialmente con el económico, luego con el político y siempre con el discurso cultural imperante. (...) Las economías de escala también han hecho mella en la libertad de producir (películas, información, documentales, música, libros, etc.). Y ahora sólo grandes conglomerados editoriales, grandes 'major', pueden permitirse lanzar productos informativos y culturales de onerosa elaboración y sólo rentables si se emiten a través de una cadena de medios. Es decir, que nunca lucharán contra el poder porque ellos son el poder<sup>10</sup>.

Con un diseño más atractivo, más profusión fotográfica y un sesgo político más marcado encontramos *Minuto Digital*. Utiliza lista de correos electrónicos que incorpora a una lista de *news-letter* para enviar titulares que sirvan para enganchar al lector: "El PSOE sube los impuestos", "No es hora de girar al centro", etc.

*Minuto Digital* coincide con *Hispanidad* en la editorialización de las informaciones, pero se muestra abiertamente en contra del gobierno y defensor de unos valores españoles y conservadores. Uno de los principales frentes abiertos por la publicación es su marcado carácter antinacionalista a través de informaciones que sorprenden por su alto grado de manipulación. Por ejemplo, en ocasiones se compara a Eskerra Republicana de Cataluña como un partido próximo a posiciones terroristas ("ERC imita a las Herriko Tabernas") y se califica a su líder, Carod Rovira, como responsable de la bajada de ventas de cava:

Carod lo está consiguiendo: el cava desaparece de las mesas de los españoles. Los fabricantes de este espumoso admiten que en los últimos meses sus ventas han disminuido, aunque en voz baja. Como demostró el sacrilegio perpetrado por Pasqual Maragall y Joseph Lluís Carod-Rovira en Jerusalén [los dos políticos se fotografiaron con símbolos cristianos, lo que se interpretó como mofa], los políticos nacionalistas catalanes creen que sus groserías y sus canalladas quedan impunes. Mientras obtenga votos y el presidente Rodríguez les conceda todo lo que pidan... Sin embargo, quienes no viven de los impuestos ajenos, incluidos los

---

<sup>10</sup> Misma edición del 15 de junio. "El Gobierno regulará la prensa digital, la única que no puede controlar".

obtenidos de los andaluces, están preocupados: el cava está perdiendo el mercado español. De mantenerse la campaña antiespañola, ¿cuál puede ser el próximo blanco: La Caixa, los supermercados Caprabo, el Banco Sabadell, la editorial Planeta?<sup>11</sup>

El denominador común es la simplificación del mensaje, no sólo en términos políticos como el antinacionalismo o el antisocialismo, sino como defensa de principios tradicionales. Por ejemplo, cuando la Sociedad Española de Contracepción anuncia que no es necesaria la autorización paterna para administrar el denominado anticonceptivo de emergencia a menores de 12 a 16 años, el diario que estamos estudiando titula “Los menores de 12 años podrán abortar libremente”.

La simplificación llega hasta las imágenes utilizadas, procediéndose incluso en ocasiones a fotomontajes como el siguiente, que aparece acompañado del titular “Cómo ZP incumple su propia política antiterrorista”.



En realidad, esta campaña contra el presidente del Gobierno es una de las fijaciones de la publicación. Podemos afirmar que en la prensa generalista también encontramos casos, como el de *ABC* o *La Razón*, contrarios a la política del ejecutivo y a su líder. Aunque en el caso del segundo, nos encontramos con un acentuado carácter manipulador –es común también el uso de fotomontajes-, ambos títulos pueden ser catalogados como periódicos de referencia con una línea ideológica conservadora.

Sin embargo, lo que marca la diferencia con *Minuto Digital* es que se ofrece desde el primer momento opinión como información. El sesgo político es ultraconservador, lo que se plasma en un lenguaje vehemente y un tratamiento tergiversador de los hechos. Más que un periódico, la publicación es un órgano propagandístico de extrema derecha con un enemigo a batir: “la izquierda<sup>12</sup>”, “los progres<sup>13</sup>”, “el separatismo catalán<sup>14</sup>”... En esta obsesión, existen

<sup>11</sup> “Los productores reconocen que sus ventas bajan un 10%”, edición 26 de mayo.

<sup>12</sup> Véase “La izquierda orquesta una campaña contra Jiménez Losanto”, Edición del 16 de junio de 2005.



informaciones no contrastadas y basadas en opiniones particulares de periodistas, internautas o historiadores de clara ideología conservadora. Es el caso de la que se titula “Los Idus de Marzo o la sombra de la masonería es alargada”, a través de la que *Minuto Digital* sostiene que dentro del PSOE existen destacados miembros de la masonería. Para apoyar esta información que no tiene base contrastada ninguna, la publicación reproduce una entrevista a Ricardo de la Cierva que ya había aparecido en la edición del 12 de mayo. Ante la pregunta de si algunas de las políticas del Gobierno Zapatero son de inspiración masónica, el historiador contesta:

Todas. Este es un Gobierno masónico como el Grupo Prisa en un grupo masónico. Y conste que tengo una buena amistad con el señor Polanco, así que no es nada personal. Pero tengo que decir la verdad. La política ferozmente anticristiana y anticatólica de Zapatero en temas como las relaciones con la Iglesia, el ‘matrimonio’ homosexual, la reforma educativa, etcétera, está dirigida a erradicar la influencia de la Iglesia en la sociedad. Eso es la masonería<sup>15</sup>.

### **En el otro extremo, *Rebelión***

En su página de presentación, *Rebelión* se define como un “medio de información alternativa que publica las noticias que no son consideradas importantes por los medios de comunicación tradicionales”. También se añade que entre sus propósitos se encuentra “servir y ayudarnos de todos los grupos, colectivos y personas que trabajan por cambiar este mundo en una perspectiva radicalmente diferente, más justa, igualitaria y equilibrada social y ecológicamente”.

Tal y como nos cuenta Pascual Serrano, uno de sus fundadores, *Rebelión* nace en octubre de 1996 con una clara posición de izquierda. Entre sus principales logros, podemos observar que no incluye publicidad a pesar de que en muy poco tiempo comenzaron a llegarles ofertas.

No funcionan como una empresa de comunicación, sino como equipo de personas interconectadas que se responsabilizan de las diferentes secciones de la publicación. Los espacios que podemos encontrar se dividen en Temas, Territorios, y Autores, fundamentalmente, con sus correspondientes subsecciones.

En la primera de ellas, por ejemplo, se incluyen artículos sobre Cibercensura, Ecología social o Mentiras y medios. Para el caso de Territorios, se ofrecen informaciones y artículos de situaciones o países que normalmente no caben en el espacio redaccional de la mayoría de los medios. Por ejemplo, es especialmente relevante todos aquellos contenidos que tienen por escenario África y Palestina, sorprendiendo no ya las opiniones sino, sobre todo, las informaciones totalmente desconocidas para el público en general: “Israel ha enterrado ochenta toneladas de desechos nucleares en los territorios ocupados”, “Rumores de inminente invasión siembran la alarma en Bukavu, Goma y Uvira”, “Los desplazados por la guerra en

---

<sup>13</sup> Véase “La solidaridad según los `progres’”, Edición del 26 de mayo de 2005.

<sup>14</sup> Véase “¿A qué se dedica el separatismo catalán?”, Edición del 7 de mayo de 2005.

<sup>15</sup> “Los idus de marzo o la sombra de la masonería es alargada”, Edición del 25 de mayo de 2005.

Kanyabayonga rechazan la ayuda humanitaria para denunciar al mundo la guerra y los abusos a los derechos humanos”.

También es destacable el tratamiento sobre otros países, como Estados Unidos, ya que ofrece una visión contrapuesta a la usual. El lector puede así enterarse de cómo “un estudio de la Universidad de California revela que casi un millón de habitantes de ese estado pasan hambre<sup>16</sup>” o cómo “el FBI y el Departamento de Justicia espían a activistas por las libertades<sup>17</sup>”.

Si durante la lectura de todos estos textos, la ideología de la publicación queda claramente expuesta, es en la sección de España donde puede apreciarse el escoramiento más extremo. Es entonces cuando se habla de “manifestación fascista del PP<sup>18</sup>” o se titula “La Conferencia Episcopal llama a sus ovejas a acudir a la manifestación homofóbica convocada para el 18 de junio en Madrid”, y también cuando tienen cabida artículos como el titulado “Posicionamiento revolucionario independentista en Canarias”.

Este tipo de opiniones quedan ratificadas con la firma de autores claramente situados a la izquierda como James Petras, Noam Chomsky, Marta Harnecker o Heins Dieterich. Precisamente, de este último hemos seleccionado un artículo que pone de manifiesto el carácter alternativo de la publicación –por si quedaba alguna duda- al ensalzar la figura de Hugo Chávez.

Frente al tratamiento otorgado por los medios generalista, Dieterich titula en Rebelión “La Revolución Mundial pasa por Hugo Chávez”:

Hugo Chávez se ha puesto a la cabeza de la Revolución Mundial al definir como una necesidad teórica-práctica mundial la ‘invención del socialismo del siglo XXI’, es decir, un socialismo ‘ambientado al nuevo siglo’. Con este pronunciamiento el Presidente venezolano trasciende el Proyecto Histórico del Libertador y se acerca al Proyecto Histórico mundial de su maestro: Simón Rodríguez. (...) Chávez ha sido, hasta ahora, la espada regional de la liberación anti-monroeista de la América Meridional. Pero con su pronunciamiento a favor de la construcción del ‘socialismo del siglo XXI’, su Nuevo Proyecto Histórico asume la dimensión del de Simón Rodríguez, de la liberación de la humanidad desde la perspectiva de una sociedad sin clases, es decir, de una democracia real-participativa postcapitalista. El ‘espíritu mundial’ deja de ser, por lo tanto, burgués y en una hermosa aurora se convierte en sujeto autodeterminado de la sociedad postburguesa.

---

<sup>16</sup> Con fecha de 10 de junio de 2005.

<sup>17</sup> Con fecha 22 de mayo de 2005.

<sup>18</sup> Con fecha 16 de junio de 2005.