

EL COMERCIO

PERIÓDICO NOTICIOSO Y DEFENSOR DE LOS INTERESES DEL DEPARTAMENTO

FUNDADOR—JUAN JOSE MENDOZA

Director y Administrador—JOSÉ I. MARTINS

PERIÓDICO DE LA TARDE

ESTE PERIÓDICO APARECE
LUNES, MIÉRCOLES Y VIERNES

DIRECCION Y ADMINISTRACION

CALLE FLORIDA NÚM. 156

SUSCRICION

EN ESTA VILLA

Por mes 1 00

Campaña y Exterior

Por semestre adelantado 6 00

Por año 12 00

Número suelto 0 10

atrasado 0 20

Las suscripciones de compañía y exterior

onadas al centimiento de tres ó ma

ensualidades, pagarán á razon de \$20

por cada mensualidad.

SOLICITADAS Y REMITIDOS

En la primeras se comprenden los es

tados de carácter privado y se publicarán

razón de 15 pesos por columna.

En los segundos se comprenden los es

tados de interés público, y se publicarán

gratuitos.

No se restituyen á sus autores los es

tados que se reciben en la Administra

ción, fueran ó no publicados.

ADOLFO VAZQUEZ-GOMEZ

REPRESENTANTE DE EL COMERCIO

EN MONTEVIDEO

Calle: «Agencia de la Prensa»

Treinta y Tres, 236

Teléfono 414 Uruguay Núm. 533

AGENTE AGENTE

PUBLICACIONES

EN FRANCIA

M. SR. ALBERT LORETTE

Director de la Société An. de publicité

11, rue Cadan, París.

EL COMERCIO

INDEPENDENCIA, ENERO 15 de 1894

EL PERIODISMO

Defender el periodismo... Vale tanto;

verdad, como proteger una batería ro

da ó como levantar reductos en redo

r de un volcán recién formado.

El defensor podrá hallarse animado de

las mejores intenciones concebibles, mas

su empresa acto se resentirá, como si el

ramos, de supererogación.

Sin embargo, en estos días de anulo,

ando los periodistas, después de trocar

los gorgónicos terrores por flauta y tam

boles, se están divirtiendo en bailes y ban

quetes, pareciera conforme al tono domi

nante una pequeña replica á ciertos críti

cos, siempre quejosos de qué la prensa

es superficial, é inartística, amén de inca

paz, por la rudeza del estilo que emplea

para satisfacerlos ni con mucho, el alma

eléctrica.

Esta semana se reúne en Londres el in

stituto de la Prensa, y con reproches tales,

naturalmente, se colmará el espacio. Des

de que Matthew Arnold soltó su chanza

de los jóvenes leones de Daily Tele

graph, se ha puesto de moda correr larra

y riste contra el estilo que los diarios

han adoptado porque lo encuentran útil y

bice. Pero ¡es tan conveniente disparar

contra los grandes blancos que los dia

rios ofrecen!

En sus premisas falsas quedarán desde

ago encendados los críticos, sin embar

go, porque la literatura tiene un lugar pro

pio en la vida, como lo tiene el periodis

ta. Tiene una y otra misiones distintas

para cumplir las capacidades especiales

de la literatura no puede emplear los méto

dos del periodismo. Ni puedo, en cam

bio, el periodismo adornarse con las ga

litas de la literatura, pero no es es

te resultado de la superficialidad, ni de

catencia de emoción estética, sino que

ce de la precisión de ajustar la forma al

de, la expresión á lo expresado. Para

diario, talal sería el empeño de adop

aquel estilo que solo sirve pa ra afro

luz sobre las más lénuas rasgos del pen

samiento.

El periodismo no pretende que su ma

terial literario sea el mismo de los libros;

espija á la inmortaliad de la bibliot

ca circulante de Mudge; ni pone los ojos

en las excelas cimas de la Quarterly Re

view.

Tiene, apesar de esto, su expresión no

munes adecuada, y sus propósitos no mé

nos altos y dignos.

El escritor que sigue á sus recónditos

retiros una emoción equívoca, una idea su

til, un concepto falaz, necesita valerse de

un estilo delicado, bien flexible para que

pueda plegarse á la mas leve inflexión

del pensamiento, bien fino y terso para

que pueda revelar la menor pulsación del

pensamiento.

Ese estilo buscamos en los grandes ma

estros de la literatura. Mas no podemos

buscarlos en los periódicos, porque cier

tamente que no es el que les corresponde.

Les sería impropio; lo dedicarían á di

verso objeto.

Parecería en los diarios como un ven

cedor del Darby enganchado á un han

són londinense.

El arte del periodista no es el del lito

ráto, de bibliotecas. El periodista ha de a

lumbiar gemelos al pensamiento y la ex

presión, ha de captar la teoría con celer

dad, ha de concebir, sentir y escribir en el

acto. Deberá cazar al vuelo el veloz mo

mento, pintar antes de que se desvane

can los engañosos matices que aparecen

sobre la superficie de la vida pública aga

rrar lo que se evapora, tornar permanente

lo efímero, comprender los rumores que

cruzan, atar las horas en temporal cau

verio y dar, en suma, á la nada aérea nom

bre y residencia.

Si es, pues, su misión apuntar lo tran

sitorio y lo dudoso, lo convulsivo y lo

tornalizo, sin que pueda esperar al cum

plimiento de los hechos, ni á la verifica

ción de la hipótesis, ni á que se desarro

llen plenamente los impulsos y aspiracio

nes de sus prójimos; si tiene que glosar

constantemente, osamos decirles, so

bre la simiente, y primer opuela, y la es

pigas y los granos amarillos de todos los

fenómenos de su época—¿no habrá razon

para afirmar que el arte del periodista es,

entre todos, el mas confuso y dificultoso?

No le es dado á él recalar sus ideas pa

ra modelarlas durante meses á fin de dar

las una perfecta forma. No puede guar

dar su teoría en el escritorio—un año, en

tero, como hizo Charles Lamb; ni puede,

como Pope consignar un lustro á la me

ditación de un tema. Sinó que ha de ver

y hablar sobre la marcha y ha de servirse

del estilo en que mejor cuadran las exi

gencias de su labor.

¿Cuál, entonces, son las cualidades

de ese estilo diarista?—«Jornalístico» lo

aportó M. Taudet al declararlo impropio

como ejercicio preparatorio de la tarea del

literato.—Hélas á continuación:

Debe en primer lugar, diferenciarse tan

to del «grande estilo» cuanto se diferen

cian las ideas fugaces que o informan de

las elevadas é sublimes especulaciones

del sosegado transtista. Si ha de anotar

impreiones rápidas, mal podrá brillar co

mo el iris; por cima de la niebla, aunque

á trechos tenga de evanecido el arco.

El estilo diarista ha de ser suelto y

ligero, como para permitir los ensanches

de una idea incapaz de aprisionarse con

los rígidos reflejos de una expresión pul

quérrica. Lo que respira aún lo palpante

es el asunto del periodista: viva, pues,

será su frase, sus líneas palpantes, am

mado es tufilo, y como capaz de crecer

y digno de expandirse.

La voz de hoy no es la voz de la eter

nidad. La voz de hoy es trémula como que

tiene el acento de la pasión. No puede,

nió, tener la serenidad perfecta de aquella

que cuenta los hechos de antaño y que

expone los juicios de un año ó frió sobre

emociones dominadas.

Hase definido el arte como la expresión

memorial de la emoción. Es cierto—en

cuanto al arte del literato se refiere. Pe

ro el periodista no puede aguardar á que

pase la emoción... cobarde fuera aguar

dando... Ha de hablar, como pueda, de

la emoción dominante, que el crítico de

los ulteriores días con siderará con toda calma

en estilo sereno y bello. El estilo diar

ista bien distinto es el que únicamente po

drá reflejar los aspectos transitorios del

pensamiento no condur s contornos, si

no vagamente, como á lo efímero corres

ponde.

La misión del periodista mas importan

te aparece cada día: mayor campo se le abre

gradual mente. La literatura es intrínseca

mente la mas noble de las artes; no es

ello empeño la que está elevando la man

te y reñando los gustos del pueblo. Ella

no emplea el lenguaje familiar. Continúa

habitando las cimas de Helicon, desde

ñosa de bajar á la llanura. Y en la llanura,

media el periodismo, simpatisando con

el pueblo y fomentando en él, poco á poco,

la afición del estudio y el amor al saber.

Así es que el periodismo hablando es lengua

je lano y liso de á cuánto á todos intereses,

ocupándose primero de lo más urgente,

álerta á todo lo presente y lo pasado; há

se erigido por derecho propio, en univer

sidad del mundo.

Nada existe en el dominio del intelecto

que pueda librar de la absorción del perio

dismo. Ningún fin eres por complicado que

fuere, arte ó ciencia por complexa ó por

recóndita, llegarán á evitar la mano del

periodista. Se podrá refer en ocasiones de

la torpeza y flojedad de esa mano, más

también se habrá de confesar, mirando

bien, que su destreza y su vigor aumen

tan á ojos vistos.

El periódico del porvenir abrazará ente

ro el espacio del conocimiento y será agen

cia mas eficaz para la propaganda de la

cultura y aprovechamiento del saber por

los pueblos de la tierra.

W. H. SONLEY JOHNSTONE.

Telegrama

Servicio de la «Agencia de la Prensa»

ESPECIAL PARA EL COMERCIO

Montevideo,

Enero 13—3 y 50 p. m.

Ayer en una conferencia que hubo en

tre el Dr. Ellauri y el Dr. Herrera, dícese

que el primero renunció terminantemen

te, declarando que el candidato más p

pular y más conveniente, en estos mo

mentos, es el general Perer.

—Encuentranse aquí los Jefes Políticos

de San José, Minas, Cerro Largo, Rivera

Pusandú y Canelones.

—Esgráncense ellos.

El último dícese que renunció.

El penúltimo parte hoy á tomar poses

ción de su puesto.

—A pedido de tres diputados renúnci

extraordinariamente la Cámara.

—Hubo hoy numerosa concurrencia en

la Catedral con motivo de la misa cele

brada á la memoria del General Rivera.

En la tumba hubo muchas cor. nas.

La música tocó en el atrio durante la

misa.

—Dice La Nación que los Diputados

comprometidos á dar su voto por el

candidato que designe el Dr. Herrera son

40.

El Corresponsal.

GACETILLA

AGENCIA

MENSAGERIAS FLUVIALES

DE

NICOLAS CANEPA

25 de Mayo, esquina Plaza Colon

Agencia de vapores y de negocios en

general.

Despacho general de Aduana.

Asuntos Judiciales y Administrativos.

Correajes marítimos y comerciales.

Compras y ventas.

Tasaciones.

Cambios.

Comisiones en general.

Remates.

Testamentarias y Sucesiones.

Abogado Dr. J. Silvan Fernández.

ITINERARIO DE VAPORES

Subida

Martes «Hélio» y «Minerva»

Miércoles «Labrador»

Jueves «Cosmos» y «Rivadavia»

Sábado «Montevideo»

Domingo «Minerva» y «Comercio»

Bajada

Martes «Montevideo» y «Cosmos»

Miércoles «Comercio»

Jueves «Minerva»

Viernes «Hélio»

Sabado «Labrador»

Domingo «Cosmos» y «Rivadavia»

El agente D. Nicolás Canepa, de los va

pores «Montevideo» «Hélio» y «Labra

dor».

El Sr. D. Juan Carlos Mendoza, de los

vapores «Minerva» y «Cosmos».

El Sr. Don Mariano Suárez de los vapo

res «Rivadavia» y «Comercio».

DILIGENCIAS

La Sanchera, de D. Bernabé Mendoza,

agente don Plácido Liscibanis. Sale de

esta para el Paso de la Cruz todos los ju

nes y se halla aquí de regreso los Jue

ves.

La de Pintos, Navas y C. sale para Mer

cedes todos los días á la 7 de la mañana

y á las 2 de la tarde y llega del mismo

puerto todos los días á las 10 de la ma

