

Imprensa de opinião ou de informação no Uruguai e no Chile. Um falso dilema?

por Mateus Fávaro Reis

(Instituto Federal de Minas Gerais / Universidade Federal de Minas Gerais)

RESUMO

*O presente artigo tem por objetivo fazer uma breve reflexão a respeito dos debates entre opinião e informação que os semanários *Acción*, *Marcha* e *Ercilla* enfocaram nas décadas de 1930 e 1940. Com evidentes dimensões políticas, os três semanários promoveram importantes discussões intelectuais, políticas e culturais, ao incorporar autores que defendiam distintas visões de mundo, mas discordaram sobre a maneira como as notícias ou os textos deveriam ser apresentados aos leitores. Informação ou comentário, como estabelecer um diálogo com o público? Orientar ou posicionar-se de forma neutra no debate da vida pública?*

Palavras-chave: *Acción - Marcha - Ercilla - Uruguai - Chile - semanários*

RESUMEN

*Este artículo tiene como objetivo realizar una breve reflexión sobre los debates entre la opinión e información planteados en los semanarios *Acción*, *Marcha* y *Ercilla* en los años 1930 y 1940. Con evidentes dimensiones políticas, los tres semanarios promovieron importantes discusiones intelectuales, políticas y culturales, ente autores que defendían la incorporación de interpretaciones diferentes, pero discreparon sobre cómo presentar las noticias o textos a los lectores. Información o comentarios, ¿cómo plantear el diálogo con el público? ¿Orientar o posicionarse como neutral en el debate de la vida pública?*

Palabras clave: *Acción - Marcha - Ercilla - Uruguay - Chile - semanarios*

ABSTRACT

*This article aims at reflecting briefly on the debates between opinion and information as posited in the weeklies *Acción*, *Marcha* and *Ercilla* during the 1930s and 1940s. Within a clearly political dimension, the three weeklies promoted significant intellectual, political and cultural discussion among authors who defended the inclusion of different interpretations, but disagreed on how the news or texts should be presented to readers. Information or commentary: how to establish a dialogue with the public? To lead opinion or to appear as neutral in the public life debate?*

Key words: *Acción - Marcha - Ercilla - Uruguay - Chile - Weeklies*

A comparação entre *Acción*, *Marcha* e *Ercilla* permite a construção de um olhar mais flexível sobre a discussão acerca das articulações entre opinião e informação na imprensa escrita. Fundadas por jovens intelectuais, possuíam uma evidente dimensão política. Ligadas ao presente, estabeleceram sólidos laços com as tensões e debates do momento histórico em que desenvolveram suas atividades. Engendraram grandes discussões intelectuais, políticas e culturais, ao incorporar autores que defendiam distintas visões de mundo, mas que habitualmente coincidiram em fomentar os canais da democracia social, ao mesmo tempo em que criticavam as democracias formalistas e a ascensão dos pensamentos conservadores e autoritários. Edificaram locais de importantes redes de sociabilidades intelectuais, ao promover a legitimação de autores, ideias, temas, práticas políticas e culturais. Entrelaçaram ação política e formação de uma comunidade de leitores, acima de tudo, urbana.

Em linhas gerais, a editora *Ercilla* foi fundada em abril de 1932, com uma atuação fundamentalmente relacionada à edição, em pequena escala, de livros. Para promover a sua expansão, a editora chilena, dirigida pelo argentino Laureano Rodrigo, decidiu publicar um boletim literário mensal para promover o mundo das letras e, em particular, as obras que saíam com o selo de *Ercilla*, a partir de abril de 1933. Com o passar do tempo, o boletim literário enriqueceu-se com matérias informativas e crônicas, ampliando seu leque temático. Em 1935,



quando o escritor espanhol exilado José María Souvirón assumiu sua direção por dois anos, a revista passou a ser quinzenal, em formato tabloide, e, de 1936 a 1939, dedicou especial atenção à Guerra Civil Espanhola.

Além disso, alguns integrantes da *Alianza Popular Revolucionaria Americana* (APRA), como, entre outros, Luis Alberto Sánchez e Manuel Seoane, Ciro Alegría, somaram-se ao grupo de *Ercilla* e desempenharam atividades de destaque no mercado editorial e jornalístico do Chile. Sánchez atuou principalmente como vice-diretor e editor de *Ercilla*, ao passo que Seoane dirigiu a revista homônima, entre abril de 1937 e começos de 1945, quando foi substituído pelo jornalista chileno Julio Lanzarotti, devido ao retorno de muitos apriistas ao Peru.

A trajetória da fundação de *Marcha* também se delineou ao longo dos anos 30, orquestrada, acima de tudo, por três jovens intelectuais uruguaios: Carlos Quijano, Julio Castro e Arturo Ardao. Participantes ativos da vida política e intelectual do Uruguai, Quijano, Castro e Ardao haviam fundado um grupo político, denominado *Agrupación Nacionalista Demócrata Social* (ANDS), em 1928, com o objetivo de renovar os quadros políticos do país platino. No interior da ANDS, publicaram o diário *El Nacional*, que atuava como principal plataforma de suas idéias políticas e sociais, entre agosto de 1930 e novembro de 1931. Contudo, devido fundamentalmente à escassez de recursos financeiros e à derrota no pleito eleitoral neste último mês, *El Nacional* deixou de ser publicado.

A despeito disso, canalizaram seus esforços para a criação de um semanário intitulado *Acción*, em março de 1932. Inicialmente projetado como uma publicação de debate político, as páginas dedicadas à crítica literária e cultural uruguaia e latino-americana passaram gradativamente a ocupar um espaço mais equacionado em *Acción*, além das matérias informativas sobre acontecimentos nacionais e internacionais. Após passar por vários contratemplos, durante os primeiros anos de vida do semanário, seus redatores fundaram a editora *Acción*, na forma de sociedade anônima, nos finais de 1938, cujo objetivo era angariar recursos financeiros para publicar livros de autores nacionais que possuíam ideias convergentes às divulgadas em suas páginas, bem como preparar a renovação e ampliação do semanário até então publicado, o que levou à publicação de *Marcha*. (*Acción* 1938: 2)

Ao contrário de *Acción* e *Marcha*, *Ercilla* cresceu de forma muito rápida, o que era explicado por seus editores, em parte, pela utilização de material gráfico moderno, que possibilitava a divulgação de muitas imagens, em sua maioria fotos recentes da Guerra Civil Espanhola, mas também da paisagem nacional. Em alguns números, a revista chegou a reproduzir de 150 a 400 fotografias. Além disso, houve a diversificação do semanário, com seções para o público feminino, infantil, aficionados dos esportes e até mesmo das rádios.

Sem se identificar, alguns redatores de *Ercilla* sustentaram, em 2 de abril de 1937, que queriam ser “informadores rápidos e fieis da realidade nacional e internacional”. (*Ercilla* 1937: 6) Essa operação entrava em sintonia com a constante profissão de fé de sua imparcialidade diante dos fatos, ao tentar convencer os leitores de que estava comprometida com a verdade franca. A abundante utilização de fotografias, ao mesmo tempo em que respondia à ideia de uma projetada neutralidade, contribuía para a sua difusão como um suposto olhar objetivo e inquestionável sobre a realidade.

Em novembro de 1938, *Ercilla* (1938: 5) tentou manter a imagem de imparcialidade, ao publicar a opinião de oito representantes da direita e de outros oito da esquerda chilena, a respeito do discurso em que Arturo Alessandri reconhecia a vitória eleitoral da Frente Popular capitaneada por Pedro Aguirre Cerda. A revista buscava amortecer sua evidente exaltação à vitória de Aguirre Cerda no final do mês anterior, em que dedicou várias páginas para o triunfo da Frente Popular.

Dois anos depois, *Ercilla* publicou uma entrevista com o apriista Manuel Seoane, em que lhe foi questionado a respeito do papel da ética jornalística. Seoane respondeu que era fiel à sua profissão e que não a utilizava como um trampolim de adulações e invectivas, ao argumentar que:

La misión fundamental del periodista es servir noticias imparciales. Para eso hay que beber en todas las fuentes. Y presentarlas con amenidad y concisión. No creo en la petulancia del editorial ni en la hondura del farragoso. Vivimos tiempos

industriales, que llevan el sello de su ritmo. Intentar el engaño del público es una puerilidad que se vuelve contra quien la ensaya. Hay ya adultez espiritual en los lectores y concluyó la época en que cada publicación llevaba de la mano a sus suscriptores. (*Ercilla* 1940: 17)

Apesar das advertências, Seoane passou a assinar vários editoriais intitulados *Kaleidoscopio de hoy*, a partir de novembro de 1940. Isto é, somente após três meses de sua crítica ao suposto aspecto “petulante” e “fastidioso” dos editoriais, sua assinatura marcou alguns anos da nova seção que passou a ser compartilhada com o crítico chileno Carlos Vattier. Posteriormente, também assinou os editoriais *7 días de guerra política*, durante toda a década de 40, mesmo após seu retorno ao Peru, em meados de 1945.

Ainda em relação à entrevista de 1940, Seoane não escondeu sua posição indo-americanista ao propor que as rivalidades entre o Peru, o Chile e a Argentina eram fúteis. Para ele, ir de Lima a Santiago ou Buenos Aires se assemelhava a transitar por províncias de uma grande nação. A contrapelo das advertências sobre artigos de opinião, por meio da coluna *Kaleidoscopio de hoy*, Manuel Seoane (*Ercilla* 1941: 5) reforçou seu indo-americanismo, no sentido de união dos povos indo-americanos em luta contra os governos autoritários, apoiou as ideias apristas, bem como recomendou a leitura de *El mundo es ancho y ajeno*, de Ciro Alegría, publicado pela primeira vez pela editora *Ercilla*, em 1941.

Os integrantes de *Ercilla* queriam se representar por meio de uma imagem de independência e credibilidade, ancorada na objetividade e na ideia de que os leitores tinham a capacidade de fazer reflexões sem intervenção do olhar autorizado do redator. Suas convicções estavam permeadas por um intenso debate que colocava em lados opostos aqueles que defendiam um jornalismo baseado na informação em detrimento da opinião. Entretanto, como assinalaram Chaparro (2007) e Martín Barbero (2009), as fronteiras entre a imprensa que se vê como informativa e aquela que se declara opinativa são bem mais fluídas. O próprio ato de escolher a informação, de posicioná-la no quadro do jornal ou da revista, da forma como é apresentada, se vinculam estreitamente às visões de mundo de seus editores. Em outras palavras, a análise da disposição gráfica, da disposição e apresentação dos textos para atrair o público, isto é, dos artifícios tipográficos para fazer ressaltar alguns títulos em detrimento de outros, revelam, para usar as palavras de Frédéric Barbier e Catherine Berto (1999: 182), que “la búsqueda de una fórmula impactante no deja de acarrear una cierta simplificación, una amplificación del acontecimiento, y a veces incluso algunas opciones deliberadamente viciadas”. Pode haver sim gêneros e formas distintas de transmitir as informações, mas elas não estão completamente separadas e totalmente abarcadas pelo enquadramento frágil de informação contra opinião.

Nesse sentido, vale ressaltar que tanto os socialistas, por meio de, entre outros, Óscar Schnake e Salvador Allende, quanto os radicais, como Pedro Aguirre Cerda, obtinham amplo espaço em *Ercilla*, ao contrário dos comunistas, que também compunham a Frente Popular, mas que não cultivavam boas relações com os apristas e demais integrantes do semanário. As raras exceções eram representadas por alguns poucos poemas de Pablo Neruda publicados em suas páginas culturais. Porém, não havia espaço para suas opiniões políticas.

Ainda em 1942, *Ercilla* abandonou completamente o discurso de imparcialidade e objetividade para fazer campanha para Juan Antonio Ríos contra Carlos Ibáñez, após a morte de Pedro Aguirre Cerda. Ainda que em seu número 352 tenha cedido espaço para a apresentação dos projetos dos dois candidatos, a revista publicou uma capa no número 353, publicado em 4 de fevereiro, em que conclamava os leitores a votarem no candidato do Partido Radical. Ibáñez foi classificado como “o líder da direita”, ao passo que Ríos apareceu como o “porta-bandeira da Unidade Nacional”, em maiúsculas:



Em relação à política internacional, *Ercilla* tampouco ocultou sua posição favorável ao rompimento de relações do Chile com os países do eixo (Alemanha, Itália e Japão), ao publicar um decálogo do rupturista, assinado somente por redatores e colaboradores chilenos, talvez porque o manifesto quisesse evitar qualquer crítica de que estrangeiros peruanos estivessem envolvidos na política nacional, o que explicava parte de sua frequente defesa de “imparcialidade” e “objetividade”. Ainda em 1942, os próprios redatores matizavam, mesmo que de forma ambígua, as orientações em relação ao seu papel no mundo dos impressos:

Desde este número el lector irá observando lentos pero continuos cambios, cuya estrategia general se reduce a los siguientes puntos: a) artículos informativos basados en ‘hechos’; b) investigación y confirmación escrupulosa de toda información; c) preferencia de material de lectura sobre material gráfico. *Ercilla* será una revista que ‘dure’ toda la semana; d) tratar a fondo uno o dos temas por número, aunque la extensión rebase los espacios corrientes; e) amenidad, pero sin subjetivismo, comentarismo, bordoneo literario ni demás artilugios del periodismo sin información acumulada; f) supresión de temas desagradables, litigiosos o localistas. *Ercilla* es un reflector sobre la realidad del mundo.

Desde 1936 hasta la fecha, hemos entretenido al lector. Desde 1943 en adelante, queremos avanzar un paso en la educación cultural del pueblo chileno, en su trato con los grandes problemas que agitan la Historia. (*Ercilla* 1942: 5)

Se, de um lado, não deixaram de afiançar seu compromisso com o jornalismo informativo, de outro, comprometeram-se a selecionar alguns temas mais importantes para instigar e ocupar os leitores, durante toda a semana, e, talvez mais importante ainda, os editores professaram que queriam encabeçar a formação cultural – e certamente a política – dos chilenos. Cabe ressaltar que a questão da Guerra na Europa era central em 1943, o que também favorecia a tomada de posição política de *Ercilla* na luta entre os defensores das “democracias” contra os fascismos.

Realmente houve a diminuição do uso de fotografias. Novas colunas apareceram, como, *La Semana Política*, em que Luis Hernández Parker e Alamiro Castillo se intercalavam no comentário “informativo” sobre a política nacional, bem como outra coluna assinada por Seoane, *La Semana de Guerra Política*, sobre política internacional, que procurava analisar o lugar do Pacífico-Sul no panorama global.

Por outro lado, os intelectuais que estavam na base de *Acción e Marcha* assumiram posturas que se ancoravam em editoriais e artigos de opinião, ao defender que fazer política e cultura passava pelo debate de ideias, de opiniões e na difusão da leitura. Entretanto, houve algumas diferenças entre as duas publicações, uma vez que a primeira tinha uma evidente vinculação política à ANDS, ao passo que *Marcha* proclamou que não se vinculava ou representava algum partido específico. Em comum, congregaram um conjunto de redatores e colaboradores que criticavam a formação política e cultural do país, particularmente em relação aos governos ditatoriais dos setores conservadores do Partido Colorado, mas com apoio de grande parte do Partido Nacional, entre 1933 e 1942.

Ao festejar seu primeiro aniversário, *Marcha* publicou as felicitações de seus principais amigos, como, entre outros, do educador Antonio Grompone, do poeta e ensaísta Emilio Oribe e do líder do Partido Socialista Emilio Frugoni, que expôs o que esperava em relação ao semanário, isto é, “la función de servir a la causa de los ideales democráticos por el camino del esclarecimiento mental y de la ilustración de los lectores”. (*Marcha* 1940: 2)

As expectativas do líder socialista e dos redatores de *Marcha* convergiam no que toca ao ansiado papel de docência pública hasteado pelo semanário e na defesa do cultivo do mundo das letras para a construção da democracia política e social. Ainda que fosse a expressão da voz autorizada de um companheiro de jornada, Frugoni endossava as autorrepresentações que o semanário divulgava de forma vigorosa e confiante.

Vale lembrar que *Ercilla*, em 1942, embora sem deixar de afirmar seu caráter objetivo e informativo, assinalou que se orientava pela necessidade de educar culturalmente o povo chileno. Não ocultava, portanto, seu desejo muito próximo ao de *Marcha*, de ser um órgão de “docência pública”, para usar as palavras empregadas pelos redatores uruguaios, ao anunciar o projeto de transformação de *Acción* em *Marcha*, no final de 1938. (*Acción* 1938: 2)

Ao iniciar o seu quarto ano de vida, *Marcha* reivindicava a sua influência sobre a opinião pública e traçava as diferenças entre os “leitores” de um semanário e de um diário. Apesar de um pouco extensa, a riqueza dos detalhes e das possibilidades de leitura, justifica a reprodução do texto, que vinha em destaque em dois quadros nas páginas centrais, com o título *La influencia del semanario en la opinión pública*:

Marcha constituye entre nosotros una excepción desde el punto de vista periodístico. Es, rigurosamente hablando, un semanario de información general y política. Este tipo de publicaciones no arraigó mucho en América Latina, hasta el punto de que apenas existe.

[...]

La fuerza del semanario está en que puede dedicar amplio espacio a un tema, documentarlo bien, tratarlo con una mayor profundidad que el diario y dirigirse a un público más inteligente y, por tanto, más interesante, desde el punto de vista de la eficacia en la difusión de ideas.

El caso de *Marcha* es expresivo en este punto. Pese a su modestia de elementos ejerce más acción sobre los espíritus que muchos órganos de prensa – y de ruido – con grandes o pretendidamente grandes tiradas. ¿Por qué? Pues sencillamente porque *Marcha* se lee y en cambio los tales órganos sirven para muchas cosas útiles como encontrar casa, enterarse de la chismografía local, leer las informaciones de las agencias y otros menesteres, pero ideológicamente se hacen sentir muy poco, cuando menos en relación con su tirada.

Por eso, la difusión de los semanarios informativos literarios y culturales es uno de los mejores índices para catalogar el grado de madurez de un pueblo. Donde no puede vivir un semanario podemos colegir, sin mayor esfuerzo, que la cultura hallase a un bajo nivel o en estado de disolución o falta, sencillamente, un número decoroso de personas capaces de leer, en el sentido más exacto del vocablo. (*Marcha* 1942: 12)

A mensagem propalada pelos redatores era bem clara e se complementava com as opiniões tecidas durante a publicação de *Acción* e os três anos iniciais de *Marcha*: periódico de

ideias, tal semanário buscava forjar, bem como dialogar com um público leitor “inteligente” e profícuo. A estratégia dos editores ficava bem evidente: elogiar o leitor para captá-lo e conservá-lo. A citação ficaria incompleta se não fosse reproduzido texto publicado em no outro quadro intitulado *Semanario y diario. El lector y el ‘ojeador’*, em que os redatores fazem a distinção entre os seus leitores implícitos ou “leitores-modelo” e os “ojeadores”,

El semanario es muy superior en calidad y en jerarquía intelectual al diario. Y esto, sencillamente, porque el semanario se hace para el lector; pero el diario se escribe y se publica únicamente para el ‘ojeador’ (no confundirlo con el ‘hojeador’).

Lo que es un lector lo sabe todo el mundo, más o menos. Pero, ¿qué es el ojeador? Muy sencillo: un animal nuevo, una especie generada recientemente. El ‘ojeador’ es un tipo que no usa del entendimiento para leer y enterarse; usa únicamente de los ojos. Pretende ‘ver’ las ideas en las letras y ahorra cuando puede su cerebro y su precioso tiempo. Porque el ‘ojeador’, como todos los holgazanes de este mundo, nunca tiene tiempo.

El ‘ojeador’ pertenece a la era del cinematógrafo, espectáculo en el cual todo se da generosamente al espectador: hechos, figuras, paisajes, todo ‘entra por los ojos’ sin el menor esfuerzo del entendimiento o de la imaginación.

[...]

Pero seamos justos: el ‘ojeador’ hace a veces un esfuerzo y lee alguna noticia, especialmente deportiva. Pero como ha perdido la valoración de los vocablos y es prácticamente un analfabeto, si bien conocedor de las letras, tampoco se entera.

A veces el ‘ojeador’ ojea con las orejas. Porque no desdeña escuchar la radio y capta las cosas vagamente, sin fijeza.

[...]

Pero el lector siente otras apetencias. Necesita de una información más seria, más severamente seleccionada, más profunda. Necesita enterarse. Y esto no lo consigue en el diario hecho para la masa de los ‘ojeadores’, lo cual le obliga a buscar el semanario.

El semanario, con sus informaciones y artículos reposados, atractivos sin perder su calidad substancial y formal, satisface al lector. Tal es en nuestro país la necesidad que viene a cubrir *Marcha*. (*Marcha* 1942: 13)

Os redatores, portanto, explicitavam os principais desafios enfrentados pela ainda jovem publicação, que certamente necessitava conquistar um concorrido espaço no mundo dos impressos uruguaios, granjeando novos leitores – ditos de boca cheia –, além da concorrência do rádio e do cinema, que cada vez mais ampliavam as suas fronteiras, e que despertavam uma evidente inquietação.

Outro conflito que pode ser lido no artigo está relacionado com a massificação da alfabetização no Uruguai, que, se por um lado dotava a população de um capital cultural mínimo para a formação de leitores, por outro apresentava fissuras, segundo os redatores de *Marcha*, que impediam a formação de uma sólida “consciência crítica” no país.

A riqueza desse texto procede justamente das diversas leituras que podiam e podem ser feitas. Um dos seus objetivos consistia na busca por moldar o seu leitor ideal e criar uma hierarquia entre os semanários e os diários. Ao proclamar essa hierarquização, *Marcha* procurava estimular certos hábitos de leitura, e descrevia o horizonte de expectativas de uma faixa de leitores que requeriam um tipo de texto mais abrangente e, quiçá, “formativo”, do que o mais especificamente informativo. Textos de discussão de ideias, ricos em análises e informações, além de sofisticados e irônicos. Se pensarmos com Pierre Bourdieu (1988) e Roger Chartier (1993), *Marcha* não estaria em busca de promover uma distinção, em uma sociedade que lia amplamente? Era necessário marcar a distinção pelos modos de ler, ao separar os “verdadeiros” leitores dos *ojeadores*?

Vale destacar que, acima de tudo, *Marcha* conseguiu estabelecer um fecundo diálogo com seus leitores, como testemunham o amplo espaço reservado para a publicação de cartas à redação e sua constante mobilização por pesquisas, além de ter sido extremamente exitosa em

forjar o prestígio de que gozou durante e após a sua publicação. *Ercilla* também se preocupou com os leitores, mas as evidências mais diretas desse diálogo demoraram um pouco mais em aparecer.

Pelo menos até a metade da década de 1940, tanto *Marcha* quanto *Ercilla* representavam o lugar da leitura e dos leitores com referências iluministas e oitocentistas, ancorados em pressupostos que enfatizavam seus papéis como guias nos trajetos do aperfeiçoamento individual e coletivo, na formação de espíritos cultivados e capazes de promover as transformações sociais que os dois semanários defendiam.

Será que essa visão otimista se sustentou com o passar dos anos, principalmente durante os anos 60 e 70 do século XX, responsáveis por importantes mudanças no debate intelectual sobre a cultura letrada? Certamente não, mas tampouco foi completamente abandonada, e as relações entre informação e comentário (formação) ficaram cada vez mais tensas.

Finalmente, ainda que seja arriscado delimitar de forma geral e rígida o conjunto dos leitores das três publicações, não se pode deixar de pensar que estavam dirigidas, pelo menos durante os anos 30 e 40, para as chamadas camadas médias urbanas e alfabetizadas, o que não significa que deixassem de pensar sobre outros setores da sociedade. Principalmente no caso de *Marcha*, foi habitual a identificação de seus leitores com os trabalhadores, estudantes e mulheres, também para se mostrar como um periódico para os setores que podiam reivindicar transformações mais profundas do Uruguai.

Considerações finais

Há expectativa de veracidade em relação ao discurso jornalístico, mas não se deve confundir veracidade com objetividade. Para Habermas (1984), a passagem de uma imprensa de opinião que materializa o “raciocínio” e a “discussão”, para uma imprensa propriamente comercial, orgânica à emergente sociedade de consumo, representou uma transformação fundamental do capitalismo, que promovia o nascimento de uma “indústria cultural”.

No entanto, é bom pensar com Ramos (2008: 115) que a interpretação de Habermas enfatizava a exclusão da discussão e da participação no espaço público, que supostamente tinha caracterizado o período liberal anterior, fundamentalmente os finais do século XVIII. Do mesmo modo, além da idealização nostálgica a respeito do período liberal do capitalismo, entre os séculos XVIII e XIX, é preciso criticar sua tentativa de criar um modelo universal de esfera pública e de debate público, que se estrutura, entre outros locais, a partir da imprensa.

É muito arriscado definir uma fronteira rígida, no sentido de barreira ou separação, entre opinião e informação. É preciso adotar uma postura de dúvida em relação às interpretações que as separam e, mais do que isso, é preciso estar bastante atento para o fato de que as críticas que provêm da informação sobre a opinião se aproximam, e muito, da polêmica do final do século XIX, que se estruturou em termos do moderno contra o tradicional, do transparente e verdadeiro contra o engodo e o beletismo da literatura ou da crônica jornalística vista como superficial e artificial.

Para concluir, informação e opinião se articulam de forma dialógica, fluída e criativa, para a construção do discurso jornalístico, um dos principais símbolos das novas linguagens da cidade moderna e da vida pública. Há muito mais complementação entre “informação” e “opinião” do que suas críticas recíprocas procuram salientar.

BIBLIOGRAFIA

- Acción* (1938). a. 6, nº 180, 9 de dezembro, p. 2.
- BARBIER, Frédéric, Berto, Catherine (1999). *Historia de los medios: de Diderot a Internet*, Buenos Aires, Colihue.
- BOURDIEU, Pierre (1988) [1979]. *La distinción*, Madrid, Taurus.
- CHAPARRO, Manuel Carlos (2007). *Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*, 3ª ed. ver, São Paulo, Summus.
- CHARTIER, Roger (1993). *Libros, lecturas y lectores en la edad moderna*, Madrid, Alianza.
- Ercilla* (1937). a. 3, nº 100, 2 de abril, p. 6.
- Ercilla* (1938). a. 4, nº 184, 11 de novembro, p. 5.
- Ercilla* (1940). a. 5, nº 278, 28 de agosto, p. 17.
- Ercilla* (1941). a. 6, nº 321, 18 de junho, p. 5.
- Ercilla* (1942). a. 7, nº 398, 16 de dezembro, p. 5.
- HABERMAS, Jürgen (1984) [1962]. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro.
- Marcha* (1940). a. 2, n. 52, 21 de junho, p. 2.
- Marcha* (1940). a. 4, n. 143, 26 de junho, p. 12-13.
- MARTÍN BARBERO, Jesús (org.) (2009) [1987]. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, 6ª ed., Rio de Janeiro, UFRJ.
- RAMOS, Julio (2008) [1989]. *Desencontros da modernidade na América Latina: literatura e política no século XIX*, Belo Horizonte, Editora UFMG.