

La profesionalización del periodismo católico decimonónico finisecular a través del caso Sevillano de *El Correo de Andalucía*

Lorena R. Romero Domínguez

1 - Introducción

1Desde el siglo XVIII la Iglesia había asistido a la pérdida paulatina de la influencia de sus medios tradicionales de evangelización. La oratoria desde el púlpito para preservar a los fieles del mal nada podía hacer al objeto de atraer hacia las Sagradas Escrituras a los ciudadanos de las sociedades modernas secularizadas, quienes ahora se congregaban en torno a un periódico para conocer una *verdad* procedente de las agencias de noticias y los periodistas, y no de Dios. Atentos durante todo el siglo XIX, aunque con recelos, a esta realidad, no será hasta la Restauración cuando las reflexiones entre los sectores eclesiásticos españoles acerca del elemento impreso, y más en concreto el de tipo periodístico, deriven irremediabilmente hacia la exigencia de organizar en el seno de una amplia plataforma logística un periódico nacional netamente católico, en clara alusión a la potencialidad de la letra impresa como elemento de recristianización para defender los intereses apostólicos. Así lo ha sintetizado Solange Hibbs-Lissorgues cuando afirma:

« El entorno socio-cultural de la segunda mitad del siglo XIX impulsó la Iglesia española a cuestionar la validez de sus tradicionales de control sobre las mentalidades. Siempre desde una postura defensiva y de añoranza de épocas pasadas que su control era omnipresente en la sociedad, la Iglesia afirma la necesidad de acudir a nuevos instrumentos que pudieran contrarrestar la progresiva descristianización. Sin abandonar la oración y la predicación, propone nuevas estrategias de defensa de la « verdad » frente al « error » y afirma que los católicos deben echar mano de las mismas armas que su enemigo: la prensa. Aunque considera que la prensa es la mayor plaga de la época, la Iglesia no deja de recalcar la urgente necesidad de adaptarse y de fomentar el periodismo católico. » (Hibbs-Lissorgues, 1995, 71)

2La Iglesia católica de la Restauración disponía, por tanto, a finales de siglo de una inmejorable oportunidad en el terreno de la comunicación para consolidar su recuperación y retardar, asimismo, el proceso de secularización e impiedad que combatía la preeminencia de la institución eclesial en el ámbito civil a través de una ingente cantidad de papeles que vieron la luz en estos años. Si la supresión de la censura previa y la secularización del impreso habían obstaculizado la supremacía ideológica de la Iglesia desde 1868, la España de la transición entre los siglos XIX y XX experimentó un notable proceso de re-clericalización gracias al cual la Iglesia volvía a disponer de armas para lanzarse a recobrar su influjo. Lo que en esos años vino en denominarse *renacimiento católico* dio como frutos las grandes convocatorias religiosas (peregrinaciones y jubileos) y las misiones populares como fórmulas habituales de la evangelización verbal para la restauración de unas sociedades plenamente cristianas. Ancladas en las concepciones más tradicionales de la propaganda oral, estas acciones se aislaban, sin embargo, del poder de la prensa, que representaba el medio de comunicación por excelencia de los nuevos tiempos, capaz de llegar a amplias capas de la población a las cuales la predicación desde el púlpito, como se lamentaban los clérigos, desasistía.

3Con el objetivo de modernizarse y entrar en contacto con las ventajas ofrecidas por diarios, hojas y folletos, la autoridad apostólica se sintió obligada a reorganizar sus estrategias en un sistema de comunicación social en el que ya no disfrutaba de una condición omnipotente y en el que se consideraba ineficaz buena parte de sus técnicas propagandísticas. La difusión de la doctrina liberal había conseguido materializar las libertades de pensamiento, conciencia y expresión en leyes de aplicación universal y era necesario con estos presupuestos orquestar nuevas estrategias de combate en materia de comunicación social por parte de los elementos religiosos. De este modo, el uso de diarios y semanarios por parte de las filas eclesiales adquirió una especial relevancia en el seno de una iniciativa mucho más amplia donde se conjugaban distintas acciones (ligas, apostolados, juntas, asociaciones, seminarios, centros de difusión de buenas lecturas y otros grupos vinculados a la Iglesia) para favorecer

la promoción de los grandes instrumentos de persuasión de masas que tanto auge empezaban a alcanzar en estos años en el país. Junto a la comunicación verbal y las manifestaciones populares callejeras, pronto se haría uso del periódico, corolario de la necesidad sentida entre ciertos elementos de la jerarquía de contar con tribunas sólidas que actuasen con eficacia en promoción del bien cristiano, en un intento desesperado por poner freno a los avances del mundo moderno y alentar la resistencia masiva de los fieles contra la ofensiva anticlerical para salvar al catolicismo amenazado.

4Si la Iglesia se había visto obligada por las circunstancias a transigir con la libertad de expresión y hacer uso de ella, debía añadir a este magno esfuerzo un serio problema ante el cual también exhibía sus debilidades. Nos estamos refiriendo a la conversión de la actividad periodística en una empresa informativa, hecho en referencia al cual la Iglesia debía crear no sólo una infraestructura a la medida de sus necesidades, sino, sobre todo, adaptada a las crecientes inquietudes en materia periodística que se sucedían en la España del gozne finisecular. Con el progresivo afianzamiento de una prensa de masas moderna, la Iglesia debía hacer frente a un nuevo modelo de periodismo por el que apostaban, precisamente, los elementos del liberalismo que desde principios de siglo se habían familiarizado con la producción y difusión de contenidos a través del impreso, y cuyo objetivo prioritario era la búsqueda de beneficios en detrimento de ser voceros de ciertos grupos de presión.

5En definitiva, la supremacía concedida a estos instrumentos útiles para formar o dirigir la opinión de las elites y de la masa trajo importantes consecuencias para el mundo eclesial en lo que a su actitud ante el impreso se refería, pues, además del florecimiento irrefrenable de periódicos gracias a la supresión de la política inquisitorial inaugurada en 1868 (consolidada con la Ley de Policía de Imprenta de 1883), la Iglesia asistía atónita a una profunda transformación de los mismos, evolucionando el periodismo político a otro de corte empresarial por la concentración capitalista que relegaba a un plano secundario los títulos con menos recursos financieros y privilegiaba los grandes diarios nacionales con un fuerte respaldo económico.

2 - La doctrina pontificia sobre la prensa

6De este modo, tras el derrumbe de la supremacía religiosa en el ámbito del impreso, desde Roma se planteó la forzosa reflexión a la que debía someterse la errónea actitud inicialmente adoptada por la institución hacia su posición en el entramado informativo. En el contexto de un periodismo plenamente moderno (con agencias informativas, escuelas de periodistas, telecomunicaciones más perfeccionadas, etc.) y en una complicada situación ideológica donde el liberalismo avanzaba a pasos agigantados, la falta de comprensión ante las nuevas necesidades comunicativas y la intransigencia venían representadas por Pío IX, quien, en sintonía con su encíclica *Quanta Cura* y el *Syllabus*, abanderaba en el ámbito comunicativo la más rotunda oposición contra « el uso criminal de la nueva técnica librera » (Iribarren, 1968, 7). Según dejaba entrever en su encíclica *Nostis et Nobiscum*, de 1849, el papa era consciente de que debía acudir a la prensa como nuevo instrumento de combate en nombre del bien, pero fue incapaz de abandonar su desconfianza y eso limitaba en su ideario la verdadera potencialidad de esta herramienta de difusión y propaganda, viendo en ella sólo un arma de combate para la autodefensa. « Una necesidad de las circunstancias », como medio no como fin en sí, en los términos del condenatorio *Syllabus*, donde se justificaba el empleo de la prensa por el estado de cruzada contra el mal en el cual se encontraba inmerso el catolicismo en España al objeto de instaurar la *tesis*. Y mientras tanto, mientras el creciente desfase entre su tradicional control sobre la producción impresa y el auge de los modernos instrumentos de comunicación social la constreñían a condenar esta libertad para neutralizar sus adversos efectos, el liberalismo se estaba sirviendo de este potentísimo canal para extender sus ideas y captar nuevos adeptos.

7Fueron precisamente los ejemplos de este feroz y ensoberbecido anticlericalismo en las páginas de la prensa moderna e impía (*El Imparcial*, *El Liberal*, *El Heraldo*, *El País*, *El Pueblo*, *La Publicidad*, *La Rebeldía*, *El Motín*, etc.), los que alentaron las reflexiones de ciertos miembros de la jerarquía católica orientándolas hacia el convencimiento de hacer de la prensa un instrumento atractivo y prometedor a los ojos de los lectores, abandonando el lanzamiento de anatemas y viendo en ella un decisivo baluarte frente a las arremetidas de la prensa liberal y las acusaciones imputadas desde los ambientes racionalistas. El anticlericalismo se había apropiado de la prensa en un auténtico monopolio de opinión para

combatir el cristianismo, con numerosas y generalizadas críticas destructoras de la fe, y la urgencia entre ciertas figuras de la jerarquía por ponerse a la altura de las circunstancias, creando sus propios canales de difusión, iba paralelamente en aumento. Atrás debía quedar esa idea predominante de resistencia en las epístolas y alocuciones de Pío IX, pues con ella el único resultado obtenido era el desaprovechamiento de los impresos para los fines que les eran propios.

8La producción impresa estaba en aumento constante, alcanzaba nuevas categorías sociales y la Iglesia debía superar su manifiesta inferioridad. En este sentido, con la llegada al solio vaticano de León XIII, se produjo un importante cambio de mentalidad hacia la prensa, inoculándose una nueva definición de la misma. De este modo, numerosas voces confesionales la señalaban como fórmula idónea en el fenómeno de acercamiento a un público cada vez más amplio, poco atraído por la liturgia y mínimamente interesado por las misiones parroquiales. Con León XIII la doctrina vaticana se encargaría de difundir entre los fieles la obligatoria utilización de la prensa por una razón tan sencilla como era que el medio impreso se había convertido en una necesidad en las postrimerías del siglo XIX. Así lo había reconocido, al calor de las indicaciones leontinas, monseñor Vico en el Informe de la Nunciatura de Madrid en 1895 sobre el estado de la prensa católica en España, donde se traslucía la preocupación eclesial por el poco halagüeño panorama de las publicaciones confesionales hispanas; estado que se mantendría, apunta José-Vidal Pelaz López, mientras se mantuviera una actitud de resuelta oposición a los medios de comunicación:

« El periodismo es una necesidad que ha traído la nueva civilización, y, puesto que no está en manos de la Iglesia oponer esta fuerza que a modo de torrente irrumpe por todas partes en el campo de la actividad humana”, su política ha de ser dirigida orientarla hacia el bien. El periodismo católico debe considerarse, pues, como una « verdadera cruzada contra la incredulidad e indiferentismo de nuestro tiempo » (Pelaz López, 2002, 160).

9En el contexto de una mundialización creciente donde se intuía el éxito de la evangelización a través de la prensa para llegar a todos los rincones del mundo, el resultado de este cambio de mentalidad suponía entenderla no sólo como un canal difusor de las noticias emanadas de la totalidad geográfica gracias a los vertiginosos avances técnicos, sino también como un elemento de opinión y de adoctrinamiento muy significativo en los ámbitos social, político y económico. La reflexión pontificia no eludía que en los nuevos tiempos de libertades y derechos, el periódico, la revista, el pasquín, el folleto, etcétera, se habían alzado majestuosamente sobre las formas de comunicación tradicionales. Por eso desde Roma se transmitía que la única manera de proteger sus intereses y mantener la unidad era emplear los mismos medios que aquellas corrientes de pensamiento que la estaban atacando. A la prensa era necesario oponer prensa, porque la propaganda oral se había mostrado impracticable en una sociedad donde el impreso había devenido el medio de expresión por excelencia.

10En sintonía con su pragmatismo, la doctrina de León XIII sobre prensa puede resumirse en varios aspectos. El primero de ellos es la consideración de la prensa como una necesidad inevitable para oponer escritos a escritos (así lo apostilla en su encíclica *Etsi Nos*), prensa buena a prensa mala, al objeto de defender la verdad y sostener los derechos de la Iglesia. Un instrumento que, en este clima de posibilismo, adquiriría su maldad o bondad en función de la mano que lo empleaba, derivando hacia una prensa de carácter impío, si la sostenían « socialistas, comunistas y nihilistas », así como « la mano de la masonería » (Iribarren, 1968, 49), o una prensa católica, donde religiosos y seglares trabajaban con todo ardor para contrarrestar la acción de aquellos diarios que envenenaban lentamente el alma de las sociedades a través de la excitación en sus páginas de los instintos más dañinos para la virtud cristiana (encíclica *Dall'Alto* y alocución *Ingente Sane Laetitia*). Unas publicaciones que, además, estaban en posesión de la auténtica verdad, razón por la cual debía permitírseles absoluta libertad de expresión, prerrogativa que ostentaba en exclusiva la Iglesia por mucho que los periódicos modernos se arrogaran la suprema objetividad de lo acaecido en el mundo.

11En segundo lugar, apuntaba el pontífice las cualidades que debía reunir un buen profesional, en antítesis a los cronistas de la impiedad, para ejercitarse correctamente en estas labores. El periodista católico estaba conminado a difundir los mensajes ajustados al estilo de concordia solicitado en las encíclicas y alocuciones papales. Su pluma estaba directamente inspirada por Dios y, por ello, los prelados depositaban su confianza en estos seglares distinguidos por actuar como auténticos delegados de Roma. A los lectores también

encomendaba León XIII el cumplimiento de algunas reglas para participar efectivamente en la detención del libertinaje y la permisividad hacia una prensa plagada de mentiras y falsedades históricas. Así, por ejemplo, los fieles eran avisados por los ordinarios de las obras desautorizadas en un Índice de libros prohibidos adecuado a los tiempos modernos y sensible, por tanto, a los diarios, hojas y revistas ofensivos contra las buenas costumbres católicas. Asimismo, ningún católico estaba autorizado a publicar comentario alguno en estos nuevos productos de comunicación impresa si no contaba con la licencia de algún miembro de la jerarquía.

12 Otra de las medidas dirigidas al sector de los lectores se centraba en el apoyo material suministrado por algunos católicos ricos para la fundación o soporte económico de los medios periodísticos. La vinculación de las clases conservadoras con los planteamientos de orden y estabilidad católicos permitía al episcopado solicitar de este sector la contribución más adecuada a su posición económica y el requerimiento se justificaba, sobre todo, porque debían concienciarse de que la manera más efectiva de asegurar la pervivencia de unos dogmas y unas enseñanzas que repercutían muy positivamente en su estatus social era apoyar los proyectos de una publicación netamente católica:

1 « El Sr. Obispo de Málaga y la Prensa Católica », in *El Correo de Andalucía*, 21 de agosto de 1899.

« Si el dinero católico, que se emplea en sostener con una laxitud de conciencia que nos espanta, papeles cuyo solo título es una protesta contra la religión y la Iglesia, lo diesen los católicos, animados de fe viva y de amor a la patria, para pasar a la prensa verdaderamente cristiana, dejaríamos de ser tributarios de periódicos que detestamos, y sin embargo sostenemos, que condenamos, y sin embargo muchos católicos leen; o para satisfacer una curiosidad malsana o para enterarse de negocios de nuevas que les interesan vivamente »¹.

13 Esta urgencia por ponerse a la altura de las circunstancias y crear sus propios canales de difusión se aceleró notablemente tras el 98, año a partir del cual la prensa liberal fusionista, como *El Imparcial* o *El Heraldo*, se enrolaron en una tenaz campaña anticlerical que de tiempo atrás venían propagando diarios republicanos clásicos como *El Liberal*, *El País*, mientras se fundaban otros nuevos seguidores de un anticlericalismo más exaltado, *El Pueblo*, de Blasco Ibáñez, en Valencia, o *La Publicidad* y *La Rebeldía*, de Barcelona, donde Lerroux solía escribir todo tipo de soflamas contra el estamento eclesiástico. Los *Dominicales* y *El Motín* fueron periódicos leídos que cultivaron una oposición religiosa sistemática, con secciones fijas e informaciones tendenciosas. Como consecuencia de ello, la prensa anticlerical influía de un modo u otro en la opinión pública y ciertos sectores eclesiales eran conscientes de que sin apoderarse de dicha opinión pública, no podía el catolicismo evitar el desorden social, amén del religioso, que se apoderaba vertiginosamente de la sociedad:

2 « Mi almanaque », in *El Correo de Andalucía*, 21 de enero de 1901.

« Es deber de los fieles sostener la buena prensa no sólo negando todo auxilio al periodismo perverso, sino concurrendo directamente para hacerla vivir y prosperar, cosa que creemos no se ha hecho bastante hasta ahora »².

14 En este contexto fue donde tuvo lugar la puesta en marcha de numerosas iniciativas a lo largo de toda la geografía nacional para concretar los requerimientos de la Santa Sede, planteándose el objetivo de confeccionar un rotativo fuerte y unitario en sus propósitos, voz de todos los católicos. Con ello se pretendía subsanar la situación dominante en materia de prensa confesional de los últimos años del siglo XIX, donde títulos como *Diario de Sevilla* y *El Siglo Futuro* (integristas), *El Correo Español* y *El Correo Catalán* (carlistas), no se amoldaban a los requisitos exigidos por el Papa, arremetían contra la autoridad y no gozaban, además, de difusión nacional, una aspiración entendida como correlato y estimulante de la anhelada unidad por encima de credos políticos y clases sociales.

3 Las razones del fallido intento las encuentra José Andrés-Gallego en el desfase existente entre los (...)

4 *El Universo* había nacido en Madrid reclamado por la Nunciatura como gran periódico católico nacional (...)

15 Fracasado el primer intento con *El Movimiento Católico*³, periódico creado por Valentín Gómez en el año 1888 bajo la propiedad del episcopado, fue el arzobispo Marcelo Spínola

quien se embarcó en la creación de un diario que sustituyera al desaparecido *El Movimiento* (cuya publicación se interrumpió en el año 1898) y al también fallido *El Universo*, segundo intento animado desde la Nunciatura⁴. Con su nombramiento el 13 de febrero de 1896 como arzobispo de Sevilla se iniciaba lo que Ruiz Sánchez ha denominado *Década Prodigiosa*, durante la cual el futuro cardenal (recibirá el capelo purpurado en diciembre de 1905) concentraría todas sus energías en la fundación de ese gran periódico del que se serviría la archidiócesis hispalense (y posteriormente toda España si fructificaba su incursión periodística) para promocionar la participación de los fieles en la vida pública e impregnar lo civil con el espíritu del cristianismo.

16 Aleccionado en materia de prensa por los nuevos aires de modernidad de León XIII y consciente de la mutación sufrida en el universo comunicativo, apostaría la nueva cabecera por arrancar a los lectores de las atractivas pero impías publicaciones liberales, haciendo realidad aquella vieja aspiración de los católicos de contar con una herramienta de expresión impresa cohesionada y potente en la que pudiera encontrarse el reflejo fehaciente de unos intereses indisolublemente ligados a la fe. Con tal fin veía la luz *El Correo de Andalucía* el 1 de febrero de 1899, título que venía a responder en tierras andaluzas a la exhortación papal de que se multiplicaran las iniciativas periodísticas para mitigar el funesto mal de los títulos impíos e irreligiosos.

3 - La estrategia propagandística en Sevilla

a) El Correo de Andalucía

⁵ La Asociación Diocesana de las Buenas Lecturas, surgida en marzo de 1899, se dedicaba al reparto gr(...)

17 A Marcelo Spínola correspondió, pues, el más serio intento en el ámbito andaluz de dar respuesta al acuciante problema de la unidad de los creyentes que desde hacía varias décadas se planteaba en todas las diócesis del territorio nacional. Destacó por su empeño y tesón en el campo de la propaganda católica, primeramente organizando desde 1898 la Asociación Diocesana para las Buenas Lecturas⁵; y, en segundo lugar, publicando *El Correo de Andalucía*, surgido a menos de un año de la anterior. En conjunto, ambas empresas tenían como objetivo hacer impresas de los conventos y periódicos del púlpito para estimular la multiplicación y el perfeccionamiento de la prensa católica. Sería la unidad de planteamientos y propósitos en las publicaciones apellidadas católicas una de las principales iniciativas de su diócesis, aunque no se dispusiera ni de profesionales del mundo de la información ni de medios adecuados, pero sí de una intensa convicción por parte del responsable hispalense de que la batalla contra la prensa liberal sólo podía ganarse con medios de comunicación propios, subordinados a las indicaciones episcopales y distanciados de los acres títulos integristas y carlistas, enzarzados en estériles polémicas sobre la legalidad de las instituciones vigentes:

⁶ « El Sr. Obispo de Málaga y la Prensa Católica », in *El Correo de Andalucía*, 21 de agosto de 1899.

« ¡Vergüenza es para los verdaderos católicos españoles, y condenación de la apatía de nuestra raza, o fruto de la bastantemente llorada división que no enerva y da el triunfo en toda la línea a nuestros enemigos, que, a pesar de los esfuerzos verdaderamente heroicos de publicistas católicos... no tengamos en España un periódico que por lo que hoy se llama información y otros adelantos y exigencias propios de la época, esté a la altura de esos órganos de gran circulación que lo invaden todo

18 La nómina de personalidades que se sumaron a la creación del periódico sevillano la componían el jesuita Francisco de Paula Tarín, el canónigo Francisco Muñoz y Pabón, los políticos Manuel Rojas Marcos, Luis Montoto y Carlos Cañal, el rector del seminario de San Telmo Modesto Abín y Pinedo, y el magistral de la catedral José Roca y Ponsa. Pasaría a dirigir el periódico Rafael Sánchez Arráiz, antiguo responsable del integrista *Diario de Sevilla*. Con la misión de hacer entrar por los cauces del catolicismo al Estado liberal, *El Correo de Andalucía* ejercería sus labores en una doble dirección y, así, no sólo lucharía contra la prensa impía en su batalla antiseccularizadora, sino que seguiría detalladamente y daría cuenta de todas las acciones de la jerarquía para ratificar que la Iglesia seguía siendo imprescindible en los tiempos modernos. Desde esta dualidad de funciones, periodística (en lo que concernía a hacerse eco de la actualidad confesional) y propagandística (exagerar las

loas hacia las filas católicas y desprestigiar con estrategias poco razonadas las de inspiración liberal), el diario hispalense se presentaba en el panorama publicístico de la Sevilla de la época como órgano doctrinal que no renunciaba a la necesidad informativa demandada por el nuevo modelo de prensa más dinámico y moderno. Sólo el equilibrio entre estas dos facetas comunicativas de *El Correo de Andalucía* situaría al órgano propiedad del prelado sevillano en un escalafón equiparable al de la prensa aconfesional con la que tenía que competir.

19 Como expone Juan María Guasch Borrat, se imponía huir de un doctrinarismo excesivo, pues dicha función se reservaba a los boletines de las correspondientes diócesis (Spínola no dudó en utilizar el suyo para recomendar a sus fieles la lectura del nuevo periódico), y al mismo tiempo se recogían las novedosas demandas de los lectores para habilitar al periódico católico en el suministro de otros contenidos temáticos (Guash Borrat, 1986, pp. 41-42).

20 Haciéndose eco de todas estas observaciones, el periódico se presentaba ante los sevillanos el 1 de febrero de 1899. Al día siguiente, en la primera página de la edición de la mañana bajo el epígrafe « Santos de Hoy » se insertaba el artículo « Palabras de aliento », donde se reseñaba el comentario del boletín eclesiástico referido a la publicación recién inaugurada en la capital andaluza y del que reproducimos algunos párrafos sintomáticos del afán conciliador de los católicos con su sociedad a través de la prensa:

7 « Palabras de aliento », in *El Correo de Andalucía*, 2 de febrero de 1899.

« No será político sino de noticias; pero en todas las órdenes tan amplias que nada dejan que desear. [...] Único entre los de su género que ha solicitado censura eclesiástica, ofrece al público por este solo hecho firmísima garantía de que aparecerá en sus columnas que se oponga á la fe y á la sana moral. [...] Por este motivo, por la baratura de la suscripción y amenidad que se le procurará dar, es de creer que tendrá buena acogida. Nuestro Prelado lo recomienda eficazmente a los diocesanos, y no duda que protegido y ayudado por todos, se sostendrá a pesar de los crecidos gastos que exigen publicaciones de esta índole de la que nos ocupa »⁷.

8 *El Católico Romano, La Ciencia Cristiana, La Ciudad de Dios, La Convicción, El Correo Catalán, El C* (....)

21 Frente al doctrinarismo y al extremismo ideológico con los que se había abrumado a los lectores de la prensa confesional precedente⁸, *El Correo de Andalucía* deseaba seguir la pauta marcada por la revolución empresarial aplicada al mundo periodístico y, así, acoger en sus páginas información detallada de la actualidad; evidentemente la protagonizada por la feligresía (por ejemplo, el seguimiento que se hizo de los congresos católicos y de las Asambleas de la Buena Prensa), pero sin desatender el ingente universo de acontecimientos que habían venido a ampliar el espectro de las sesiones congresuales y los enfrentamientos entre partidos con los cuales se había hastiado al lector. De este modo, la sospecha de que el nuevo modelo de prensa era la opción de futuro más rentable condujo a Spínola a considerar que el periódico como órgano de partido era una obsolescencia superable si se insertaba información en sus páginas. El objetivo era conquistar a los lectores que se arremolinaban ante las cabeceras impías seguidoras del modelo informativo, presente en Sevilla con títulos como *El Noticiero Sevillano* de Peris Mencheta, o *El Liberal* de Sevilla, creado en 1901 a imitación del homónimo madrileño (Ruiz Acosta, 1996, 56-58). Títulos a los que se identificaba desde la diócesis como brazos propagandísticos del liberalismo, por mucho que desde sus tribunas tratara de exaltarse su independencia ideológica y económica:

9 « La prensa de gran circulación », in *El Correo de Andalucía*, 21 de agosto de 1899.

« ¿Qué libertad de opinión puede tener *El Imparcial* que gracias a la benevolencia del Gobierno ha podido obtener <tres de diputado para otros tantos redactores? ¿Qué libertad de opinión puede tener el <Heraldo> que, gracias a las complacencias del Gobierno ha podido convertir en grupo parlamentario la tertulia particular de Canalejas? ¿Qué libertad de opinión va a tener *El País*, cuya existencia depende de la mayor o menor tolerancia del juego? ¿Qué libertad de opinión pueden tener todos los demás periódicos que todos, absolutamente todos, van tirando a costa de la munificencia oficial, a costa de un particular desprendimiento y lo que es peor aún, a costa de los más sucios negocios y del chantaje más innoble? »⁹

22 Se trataba, además, de cabeceras que no dudaban en servirse de las más miserables técnicas para atraer a sus lectores, como se denunciaba desde el portavoz católico:

10 « El periodismo salvaje », in *El Correo de Andalucía*, 30 de octubre de 1899.

« El reclamo pornográfico, el noticierismo corruptor que atrae suscriptores como el estiércol atrae escarabajos; la confesión de reputaciones a tanto el corte; la elaboración en comandita de la opinión que decreta los honores de la apoteosis lo mismo a los hombres públicos que a las mujeres públicas, y da un crédito fabuloso a las empresas más desacreditadas, lo mismo que a los niños y arroja hecha jirones al viento la más antigua e inmaculada reputación »¹⁰.

23La propagación de estas ideas demandaba de *El Correo de Andalucía* una campaña donde aparecieran indisolublemente ligadas las alabanzas vertidas acerca de su ejercicio en esta profesión con la crítica realizada contra los boletines noticiosos inmorales, de los que Spínola renegaba rotundamente:

11 « Documento importante », in *El Correo de Andalucía*, 18 de febrero de 1901.

« Pero al presentir hoy que alguien sea capaz de creer que entre *El Liberal* y yo existen afinidades de ningún género, me juro el deber de aclarar que, respetando como respeto siempre las personas, no puedo menos de reprobar como Obispo las tendencias de la publicación citada, nada conformes con el espíritu de la Santa Iglesia, a la que pertenezco con alma y corazón, y en su defensa he consagrado y consagro todos los alientos de mi vida »¹¹.

24El anatema contra la *mala prensa* será, de este modo, recurrente en su temática, por cuanto a través de ella se engrandece aún más el virtuosismo de las cabeceras con censura eclesiástica y obedientes a las exhortaciones de la Santa Sede. En esta actitud condenatoria encuentra la Iglesia un medio sin parangón durante el apasionado debate finisecular para oponer a la violencia física, legal y política ejercida desde las filas del liberalismo (en los trasnochados episodios populares anticlericales y en las Cámaras) la contundencia de sus impresos:

12 « El Sr. Obispo de Málaga y la prensa católica », in *El Correo de Andalucía*, 21 de agosto de 1899.

« La importancia y necesidad apremiante del periodismo ha sido reconocida por los Pontífices, por los Prelados, por las Asambleas eclesiásticas y Congresos católicos, por los sacerdotes y religiosos de mayor celo y sabiduría, por cuantos con los ojos abiertos las desdichas del mundo, sienten en su pecho una chispa del santo temor de Dios, y un ansia viva de que las almas no se pierdan y se reparen de alguna manera las ofensas de la impiedad y se castiguen las empresas de la mentira »¹².

b) La Asamblea Nacional de la Buena Prensa

13 « Dios lo quiere », in *El Correo de Andalucía*, 18 de abril de 1904.

25Los móviles de Spínola de estimular la multiplicación y el perfeccionamiento de la prensa católica animarían, junto a la publicación diaria a la que nos hemos referido, la creación de centros locales de lo que ya empezó a denominarse, a partir de 1900, Asociación de la Buena Prensa, y sería el ímpetu de sus socios lo que aconsejaría la organización de la obra a nivel nacional. De ahí la celebración del primer congreso nacional sobre prensa que con el nombre de Asamblea Nacional de la Buena Prensa se celebró en Sevilla en 1904. Bajo el auspicio del propio Spínola, quien sería el presidente de la Asamblea, amén del redactor de su reglamento, la cita fue considerada un momento histórico en el cual se decidía el porvenir de los católicos y, por ello, sería calificada como « la obra más bella, más hermosa, más grandiosa, más culta, más humanitaria y más agradable a Dios »¹³, contando con la bendición de Pío X y del Episcopado español, y recibiendo a periodistas de todas las regiones que se habían destacado como renombrados comunicadores de la palabra de Dios. Iluminados por la aspiración de poner en marcha un tipo de apología católico-nacional que impregnara la mentalidad de los lectores que sentían algún apego por la tradición, la Asamblea Nacional de la Buena Prensa tendría dos objetivos fundamentales: ir contra la mala prensa; y, apoyar la prensa y a los periodistas católicos.

14 « Asamblea Nacional de la Buena Prensa », in *El Correo de Andalucía*, 18 de junio de 1904.

26En el primero de los puntos, se apuntaba para ello el notable incremento de la criminalidad y los antagonismos de clases, con el fin de desprestigiar esa « hoja que el odio forja, la incredulidad anima, el sensualismo amasa y la indiferencia religiosa inspira y dirige », dejando rastros de inmoralidad por doquier, pervirtiendo el sentido ético y haciendo que desaparezca el bien común¹⁴. Recuperar a los católicos que leían esta mala prensa para que

abandonaran su desunión y siguieran la dirección marcada por los prelados, era la meta de un plan preconcebido entre todos los periodistas católicos, a quienes faltó, no obstante, unidad para generar un sistema de ataque y defensa en las páginas de las publicaciones diarias. Aun dando por hecho que la Asamblea lograra generar un clima de debate entre los fieles y los religiosos, no habrían de faltar muchos católicos que siguieran leyendo la prensa impía. No obstante, esos individuos no merecían, a decir de la Iglesia, tal apelativo pues no favorecían las buenas lecturas y con su actitud ponían en riesgo el alma de toda España.

27El segundo de los aspectos planteados, la creación de una plataforma de apoyo a los periodistas y los lectores netamente católicos, fomentando esta prensa como instrumento eficaz para propagar la fe y las buenas doctrinas, adquiriría mayor importancia pues debían superarse importantes problemas que coartaban el desarrollo de esta buena prensa y su conversión en un moderno canal de comunicación.

15 « La elección no es dudosa », in *El Correo de Andalucía*, 22 de abril de 1901.

« No hay punto de comparación en cuanto á seriedad y buen criterio entre la prensa católica y la liberal; y para las gentes que piensan y sienten, y para los que ven cómo se avecinan para el mundo días de prueba, la elección no es dudosa y el propósito de la prensa católica no puede ser más noble. Pero la seriedad ha huido del mundo, los que discurren por cuenta propia son de día en día y para las necesidades, para los gustos, para las aficiones de nuestros tiempos la prensa católica resultará siempre anticuada, anacrónica e insípida; y lo peor de todo es que sientan así y obren conforme a esas máximas tantas, que quienes se llaman tenidos por católicos »¹⁵.

28Debía empezarse por el poco atractivo que desprendían las páginas de la prensa católica, pues este hecho provocaba el rechazo por parte de quienes debían ser sus lectores, quienes preferían refugiarse en otras cabeceras (*El Imparcial* o *ABC*, por ejemplo) en las cuales encontraban una información tan amplia como fuera de desear, sobre contenidos variados y suministrados con la rapidez que los avances en las telecomunicaciones permitían a estas alturas del siglo, con ilustraciones y secciones divididas en función de sus contenidos temáticos, etc. Todos estos aspectos se veían insuficientemente satisfechos por el peso de la doctrina en las páginas de las publicaciones confesionales, amén de la falta de medios económicos, materiales, técnicos y periodísticos con la cual había tenido que arrostrar el periodismo católico desde su creación. Por la necesidad de hacer economías en los periódicos, se prescindía de escritores de talento, no se obtenían noticias, y los diarios católicos iban siempre a remolque de los avances científicos, literarios o políticos producidos en el país. Aunque hermosamente redactados, como bien apuntaban los prelados y muchos seglares, carecía de información y este aspecto provocaba que los anunciantes no la apoyaran y desapareciera, con ello, una de las principales fuentes de financiación con la cual debía contarse si se querían posicionar los productos periodísticos en aventajada posición en el mercado comunicativo.

29Ahora bien, si, como se estaba pudiendo comprobar, a través de la publicidad la prensa católica no podía sobrevivir, ¿a qué esperaban los católicos para acudir con su dinero a sostener esta herramienta imprescindible? Mientras los devotos no hacían más que fundar casas de beneficencia o subvencionar peregrinaciones, desde Roma se insistía en la urgencia por destinar estas sumas de dinero al servicio del periodismo, como el propio *Correo de Andalucía* constataba en la siguiente recomendación a sus fieles lectores:

16 « Obstáculos a la propagación de la Buena Prensa », in *El Correo de Andalucía*, 3 de diciembre de 19 (...)

« Si los católicos se persuadieran de esta gran necesidad religiosa y social, si las personas acomodadas dejaran testamentos legados y cuantiosos donativos para el sostenimiento y propagación de la Prensa Católica, el pequeño horizonte que ha podido limitarse la iniciativa de las señoras católicas de Sevilla y otras poblaciones se podía extender a las fábricas y talleres, a todos los grandes centros de industria y hasta a los campos »¹⁶.

30Y para ello en la propia Asamblea Nacional de la Buena Prensa se había insistido en que era necesario un millón de pesetas para fundar un gran periódico nacional moderno al servicio de la Iglesia (aunque posteriormente *El Debate*, superación en las primeras décadas del siglo XX de todos los fallidos intentos decimonónicos, sólo empleara 200.000). A causa de la pobreza de los medios de comunicación católicos, su influencia no se expandía mucho, con lo cual era imposible que la buena prensa se situara a la altura que las circunstancias requerían para poder luchar ventajosamente con la prensa sectaria e impía. Demasiados

lastrados por el retardatario espíritu del catolicismo español de la época, poco se podía hacer frente a los periódicos a los que se pretendía combatir, pues se había preferido quedarse a la defensiva, parando los golpes, pero no devolviéndolos, como constataba amargamente el periódico de la archidiócesis hispalense:

17 « La prensa católica », in *El Correo de Andalucía*, 8 de abril de 1901.

« La prensa católica es el punto de partida de la lucha por la defensa de la fe, y el impulso de la misma es el que nos salva; si ella fracasarán todos nuestros esfuerzos y todos los sacrificios que se hagan en pro de la santa causa »¹⁷.

18 « Aliento a los propagandistas católicos », in *El Correo de Andalucía*, 21 de febrero de 1906.

19 « La prensa católica », in *El Correo de Andalucía*, 4 de abril de 1904.

31 Pero para que esto pudiera suceder, era necesario sanear la anacrónica concepción de la prensa católica, y con este objetivo los congregados en la ciudad hispalense en 1904 ofrecieron a la feligresía las recomendaciones oportunas para superar el evidente estado de desfase en el cual se postraba. En primer lugar, era insoslayable estudiar aspectos que pudieran lograr la unión de la prensa católica; en segundo, propagarla, y, en tercer y último lugar, perfeccionarla. ¿Qué medidas concretas se proponían para acometer este triple objetivo? Una de las más destacadas, pues eran generalizadas las quejas de las redacciones católicas sobre el sensacionalismo, apostaba por crear para uso exclusivo de los católicos una agencia telegráfica que iluminada por el espíritu cristiano suministrase noticias con toda exactitud, no de una manera hostil al movimiento católico, pues así aquellos se veían libres de beber de los corrompidos materiales de la impiedad. Numerosas voces, mirando esperanzadas el caso alemán donde funcionaba desde hacía tiempo una gran red telegráfica de estas características¹⁸, se preguntaban por qué no era posible que las fuerzas católicas establecieran una agencia especial de información capaz de mantener la competencia decorosa con las de los grandes rotativos y capaz de alzarse como el más útil centro apostólico de toda España¹⁹. Inspirándose en criterios de verdad (y no de morbo, como denunciaba asiduamente la prensa católica), la agencia debía dar preferencia a los asuntos relacionados con las personas o instituciones católicas, cualquiera que fuera el campo político al cual pertenecieran, proporcionando al respecto todo tipo de artículos, folletines e, incluso, anuncios. A pesar de esta declaración en 1904, no fue hasta 1909 cuando empezó a funcionar en Madrid la Agencia Católica de Información, con posterioridad Agencia de Información Prensa Asociada, aunque no tuvo una vida muy brillante.

32 Junto a ella, complementando los servicios de información, debería crearse una oficina de información gráfica que proporcionara grabados con los sucesos de actualidad, retratos de personas notables, ilustraciones de artículos, informaciones artísticas, etc., comprometida, además, a no enviar ningún trabajo a la prensa liberal. Todo ello era imprescindible si se quería dar a los lectores una completa información sobre cualquier acontecimiento, incluso sobre los denostados sucesos, cuyo relato debería tener en cuenta el contagio perjudicial que su lectura podría tener. De ahí la recomendación de redactar con sobriedad estos hechos escabrosos, suprimiendo la información deshonesto y describiendo cualquier crimen o delito de forma que pareciera aborrecible a los lectores.

20 RUIZ SÁNCHEZ, José Leonardo, *Beato Marcelo Spínola y Maestre, Cardenal Arzobispo de Sevilla (1835-1 (...))*

33 Esta acción protectora de la prensa y sobre la prensa para alentar su perfeccionamiento moral, técnico y económico requería, no obstante, otras estrategias de conjunto aplicables a todos los títulos. En primer lugar, la exigencia de una redacción compuesta de individuos que fueran dignos de ejercer tan sublime misión. Asimismo, la unión de los mismos en una plataforma de periodistas católicos se encargaría de estudiar la manera de constituirse como instrumento de generación política, social y religiosa de inestimable valor, conformando un consejo capaz de dirigir las relaciones de la prensa católica aliada y observando en todo momento con absoluta escrupulosidad las reglas dadas por León XIII. Tales medidas se completaron con las juntas de abogados dispuestas a denunciar las publicaciones impías y con la fundación de montepíos capaces de suministrar socorro y defender a los periodistas católicos en estado de contingencias. Ninguna disposición, por nimia o moderna que fuera, podía desecharse para luchar por la difusión de la verdad y la erradicación del error, pues para Spínola la actividad periodística hacía referencia, como él mismo se encargó de dejar

bien claro en una pastoral del año 1900, a « todo un programa de lo que se puede y se debe hacer para cortar los vuelos a los periódicos malos y a los malos escritos, y para fomentar los periódicos sanos y los escritos provechosos »²⁰. Si este objetivo se lograba, se podría luchar ventajosamente contra la prensa anticatólica, porque el recuento de fuerzas lectoras entre los devotos despertaría a muchos creyentes de su apática somnolencia, formándose Juntas Locales de la Buena Prensa por todo el territorio nacional cuyo fin sería auxiliar a los obispos en su labor de ir contra la mala prensa, llevando a los tribunales los periódicos que publicaran artículos que atentaran contra la sana moral y la doctrina católica.

21 « Hermosos síntomas », in *El Correo de Andalucía*, 24 de junio de 1904.

34Se trataba de extender por toda la península una red de iniciativas preocupadas por la creación de suscripciones a periódicos católicos, la distribución gratuita de los mismos (inundando las librerías, los quioscos, las estaciones de ferrocarril, pregonándose por las calles), la fundación de revistas y hojas parroquiales, la mejora de las condiciones laborales de sus informadores mediante el fomento del asociacionismo y el perfeccionamiento de su formación. Sin embargo, un año después de la ilustre cita, en 1905, pese al decidido empeño por dotar al periodismo católico de interés y amenidad, todavía quedaban muchas cuestiones sin resolver en torno a este intento de modernización. Bien es cierto que el número de centros y de socios doce meses después de la celebración de la Asamblea Nacional de la Buena Prensa se había incrementado notablemente (124 centros con 2907 socios que habían repartido más de un millón de impresos católicos y habían recogido casi tres mil contrarios a la sacrosanta causa de la fe, además de restar 220 suscripciones a los malos periódicos)²¹, pero muchas de las decisiones adoptadas en pro de su modernización quedaron sin resolver.

35La razón para la estéril adaptación de la prensa católica a los planteamientos empresariales radicaba en la complejidad de las estructuras empresariales informativas, que demandaban más dinero (destacaba la inexistencia de un grupo financiero católico dispuesto a solucionar el problema técnico que entrañaba la publicación regular de un diario de mínima calidad) y especialización de las plantillas para responder a un nuevo público dotado de más derechos y obligaciones en el terreno civil. Mientras, los periódicos católicos relegaban la cantidad y la calidad de la información a un lugar secundario, y mantenían particularidades ciertamente anacrónicas como la venta por suscripción, la ausencia de intereses comerciales (perviviendo su carácter gratuito), las reticencias ante la publicidad (se financiaban, entonces, por la magnanimidad de los buenos creyentes), la consolidación de la censura eclesiástica para asegurar la correcta interpretación del corpus dogmático, etc. Todos estos factores hacían de ella un boletín eclesiástico (aunque la Iglesia no lo reconociera) y no una verdadera publicación periodística.

36A pesar de estas rémoras, la cita en la capital andaluza significó el despertar de la apatía en la cual se encontraban los católicos en el terreno de la lucha periodística, comprobándose en toda su magnitud la fortaleza del enemigo al cual había que derrocar. Fruto de esta voluntad, y de la de la segunda cita de la Asamblea cuatro años después en la ciudad de Zaragoza, sería el nacimiento del esperado gran diario de difusión nacional católico, *El Debate*, que nació el 1 de octubre de 1910. Con *El Debate*, como ha sentenciado Jean-Michel Desvois, la Iglesia española y la Santa Sede disponía de un aliado sin precedentes en su lucha ideológica contra el liberalismo y el anticlericalismo, frenando en estas primeras décadas el proceso de desmoronamiento de la institución eclesial en la península. Se hacía realidad, por tanto, el deseo manifestado por el Informe de la Nunciatura en 1895 sobre el estado de la prensa católica española: la prensa religiosa experimentaba una apertura mayoritaria a la hora de difundir el mensaje de la Iglesia y proyectar el discurso católico a la esfera de lo público, objetivo último al que debía tender independientemente de su mayor o menor sensibilidad a los planteamientos noticieros y comerciales. **Bibliografía**

Haut de page

Bibliographie

DESVOIS, Jean Michel, *La prensa en España (1900-1931)*. Siglo XXI, Madrid, 1977.

- « Las fuerzas de resistencia en la prensa. De *La Gaceta del Norte* a *El Debate* (1901-1911) », in GARCÍA DELGADO, José Luis (coord.), *España entre dos siglos. Continuidad y cambio (1875-1931)*, Siglo XXI, Madrid, 1991, pp. 235-247.

GALLEGO, Andrés-José, *La política religiosa en España. 1889-1913*, Editora Nacional, Madrid, 1975.

HIBBS-LISSORGUES, Solange, *Iglesia, prensa y sociedad en España (1868-1904)*, Instituto de Cultura Juan Gil Albert, Alicante, 1995.

IRIBARREN, Jesús, *El derecho a la verdad. Doctrina de la Iglesia sobre prensa, radio y televisión (1831-1968)*, BAC, Madrid, 1968.

PELAZ LÓPEZ, José-Vidal, *Prensa y sociedad en Palencia durante el siglo XIX (1808-1898)*, Universidad de Valladolid/Diputación Provincial de Palencia, Valladolid, 2002.

- Caciques, apóstoles y periodistas. Medios de comunicación, poder y sociedad en Palencia, Universidad de Valladolid/Diputación Provincial de Palencia, Valladolid, 2000.

PÉREZ LÓPEZ, Pablo, *Católicos, política e información. Diario Regional de Valladolid, 1931-1980*, Universidad de Valladolid, Valladolid, 1994.

REIG, Ramón y RUIZ ACOSTA, María José (coordinadores), *Sevilla y su prensa. Aproximación a la historia del periodismo andaluz contemporáneo (1898-1998). Ámbitos para la Comunicación 1*, Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (Universidad de Sevilla), Sevilla, 1998.

RUIZ ACOSTA, María José, *Hispanoamérica en la prensa sevillana. El reflejo público de una crisis*, Área de Cultura del Ayuntamiento de Sevilla, Sevilla, 1997.

- Sevilla e Hispanoamérica. Prensa y opinión pública tras el Desastre de 1898, Escuela de Estudios Hispanoamericanos - CSIC, Sevilla, 1996.

- « El despegue de la 'Buena Prensa' y *El Correo de Andalucía* en la Sevilla de comienzos del siglo XX », in *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*, nº 2, Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (Universidad de Sevilla), Sevilla, enero-junio de 1999, pp. 229-240.

- « La prensa sevillana ante los acontecimientos del 98. Un caso de opinión pública en un marco local », en *Investigaciones históricas*, nº 17, Universidad de Valladolid, Valladolid, 1997, pp. 191-206.

RUIZ SÁNCHEZ, José Leonardo (editor), *Catolicismo y comunicación en la historia contemporánea*, Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, Sevilla, 2005.

- *Beato Marcelo Spínola y Maestre, Cardenal Arzobispo de Sevilla (1835-1906)*, Área de Cultura y Fiestas Mayores, Ayuntamiento de Sevilla, Sevilla, 2002.

- *Política e Iglesia durante la Restauración. La Liga Católica de Sevilla (1901-1923)*, Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial de Sevilla, Sevilla, 1995.

- « Masonería e Iglesia a través de la prensa católica. El caso de *El Correo de Andalucía* en sus inicios », in FERRER BENIMELI, José Antonio (coord.), *Masonería, política y sociedad*, Centro de Estudios Históricos de la Masonería Española, Córdoba, 1989, pp. 291-299.

- « Cien años de propaganda católica: las misiones parroquiales de la archidiócesis hispalense », in *Hispania Sacra*, nº 101, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid, 1998, pp. 275-326.

- « Los católicos sevillanos en la crisis de la Restauración », in *Revista de Historia Contemporánea*, nº 7, Universidad de Sevilla, Sevilla, 1996, pp. 103-128.

- « Los seminaristas de Sevilla y la Buena Prensa. El centro sevillano Ora et Labora (1905-1925) », in *Isidorianum*, nº 6, Revista del Centro de Estudios Teológicos de Sevilla, Sevilla, 1994, pp. 187-211.

- « Magisterio de la Iglesia y poder político en la España de la Restauración (1881-1890) », in *Trocadero, Revista de Historia Moderna y Contemporánea*, nº 5, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Cádiz, Cádiz, 1993, pp. 87-99.

- « La Mitra sevillana y el Desastre del 98: el patriotismo de Don Marcelo Spínola » Separata de *Temas de Historia Militar*, Madrid, 1990, pp. 493-505.

- « Los católicos sevillanos ante el reinado de Alfonso XIII: Entre la tradición y el progreso », in *Espacio, Tiempo y Forma*, Separata de la Revista de la Facultad de Geografía e Historia de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1990, pp. 131-141.

Haut de page

Notes

1 « El Sr. Obispo de Málaga y la Prensa Católica », in *El Correo de Andalucía*, 21 de agosto de 1899.

2 « Mi almanaque », in *El Correo de Andalucía*, 21 de enero de 1901.

3 Las razones del fallido intento las encuentra José Andrés-Gallego en el desfase existente entre los planteamientos que estaba obligado a difundir *El Movimiento Católico* (el necesario apoliticismo y su recurrencia a la forma congresual para ejercer una presión que se manifestara posteriormente en la defensa de los intereses de la amenazada Santa Madre, pero sin participar en los circuitos políticos) y las directrices de la Santa Sede, peticionarias de una acción legal y efectiva en dicha esfera, al margen de los partidos tradicionales o integrados en el más afín, sin coartar su acción por la forma de gobierno bajo la cual estaban obligados a vivir. Véase ANDRÉS-GALLEGO, José, *La política religiosa en España. 1889-1913*, Editora Nacional, Madrid, 1975, pp. 36-37.

4 *El Universo* había nacido en Madrid reclamado por la Nunciatura como gran periódico católico nacional. Financieramente sostenido por el marqués de Comillas y dirigido por Ortí y Lara, no logra desligarse, sin embargo, de los moldes tradicionales. Con una excesiva carga doctrinal, tuvo mucha aceptación entre los prelados, según apunta Desvois, pero no entre los lectores, de ahí el rotundo fracaso en su intento por desbancar al integrista *El Siglo Futuro* y al carlista *El Correo Español*. Véase DESVOIS, Jean Michel, « Las fuerzas de resistencia en la prensa. De *La Gaceta del Norte* a *El Debate* (1901-1911) », in GARCÍA DELGADO, José Luis (coord.), *España entre dos siglos. Continuidad y cambio (1875-1931)*, Siglo XXI, Madrid, 1991, p. 237.

5 La Asociación Diocesana de las Buenas Lecturas, surgida en marzo de 1899, se dedicaba al reparto gratuito de propaganda religiosa en la nueva cruzada destinada a la erradicación de las ideas liberales y la re-implantación de la unidad en el catolicismo. Con la entrada en el nuevo siglo, se convirtió en la Asociación de la Buena Prensa, formada por los católicos dispuestos a luchar por la difusión de la verdad y la eliminación de todo impreso que no la contuviera, restando lectores y compradores a la mala prensa e interesándolos por la lectura de los « buenos títulos ». Su organización interna descansaba sobre juntas en las que los socios se repartían los domicilios a los cuales debían acudir para distribuir la propaganda e incrementar el número de suscriptores. Su

campo de acción se amplió gracias al envío a centros sociales como los círculos obreros, los hospitales, las cárceles, etcétera.

6 « El Sr. Obispo de Málaga y la Prensa Católica », in *El Correo de Andalucía*, 21 de agosto de 1899.

7 « Palabras de aliento », in *El Correo de Andalucía*, 2 de febrero de 1899.

8 *El Católico Romano, La Ciencia Cristiana, La Ciudad de Dios, La Convicción, El Correo Catalán, El Criterio Católico, La Cruz, La Cruzada, Diario de Barcelona, Diario de Cataluña, Dogma y Razón, La Fe, La Hormiga de Oro, La Iglesia, La Iglesia Católica, La Lectura Dominical, El Mensajero del Corazón de Jesús, El Pensamiento Español, La Razón Católica, Revista Católica de España, Revista Popular, El Siglo Futuro, El Tradicionalista, La Unión, La Veu de Montserrat*, etcétera, por citar sólo algunos títulos pues la labor confesional fue muy prolífica en su propósito de neutralizar al enemigo impío y recuperar a los individuos para la fe) y por su atención al fenómeno netamente informativo, el cual empezaba ya a hacer mella entre las cabeceras que habían debido la razón de su existencia a una facción política y a la propaganda de unas ideas determinadas.

9 « La prensa de gran circulación », in *El Correo de Andalucía*, 21 de agosto de 1899.

10 « El periodismo salvaje », in *El Correo de Andalucía*, 30 de octubre de 1899.

11 « Documento importante », in *El Correo de Andalucía*, 18 de febrero de 1901.

12 « El Sr. Obispo de Málaga y la prensa católica », in *El Correo de Andalucía*, 21 de agosto de 1899.

13 « Dios lo quiere », in *El Correo de Andalucía*, 18 de abril de 1904.

14 « Asamblea Nacional de la Buena Prensa », in *El Correo de Andalucía*, 18 de junio de 1904.

15 « La elección no es dudosa », in *El Correo de Andalucía*, 22 de abril de 1901.

16 « Obstáculos a la propagación de la Buena Prensa », in *El Correo de Andalucía*, 3 de diciembre de 1907.

17 « La prensa católica », in *El Correo de Andalucía*, 8 de abril de 1901.

18 « Aliento a los propagandistas católicos », in *El Correo de Andalucía*, 21 de febrero de 1906.

19 « La prensa católica », in *El Correo de Andalucía*, 4 de abril de 1904.

20 RUIZ SÁNCHEZ, José Leonardo, *Beato Marcelo Spínola y Maestre, Cardenal Arzobispo de Sevilla (1835-1906)*, Área de Cultura y Fiestas Mayores, Ayuntamiento de Sevilla, Sevilla, 2002, p. 187.

21 « Hermosos síntomas », in *El Correo de Andalucía*, 24 de junio de 1904.

Haut de page

Pour citer cet article

Référence électronique

Lorena R. Romero Domínguez, « La profesionalización del periodismo católico decimonónico finisecular a través del caso Sevillano de *El Correo de Andalucía* », *El Argonauta español* [En ligne], 4 | 2007, mis en ligne le 15 janvier 2007, consulté le 28 avril 2016. URL : <http://argonauta.revues.org/1264>