

## CREENCIAS Y PROPAGANDA CATÓLICA EN LOS PEQUEÑOS IMPRESOS (1845-1905)

Solange Hibbs  
*Universidad de Toulouse-Jean-Jaurès*

### **Resumen:**

En la segunda mitad del siglo XIX, la Iglesia católica desplegó una intensa actividad de publicación y difusión de la literatura católica para públicos distintos y más especialmente para las clases populares y trabajadoras. Esta cultura católica, que pretendía ser asequible, revistió formas distintas y se privilegiaron publicaciones fácilmente manejables cuyas características eran la brevedad, la volatilidad, la relación entre texto e imagen, el diálogo y las formas orales. Entre dichas publicaciones se destacan las hojas volantes y los pequeños impresos que tuvieron notable éxito y contribuyeron de manera masiva a la moralización de las clases populares gracias a la diversificación de los circuitos de difusión: librerías y asociaciones católicas, centros de la buena prensa.

*Palabras clave:* Cultura católica. Hoja volante. Clases trabajadoras. Circuitos de difusión.

### **Abstract:**

In the nineteenth mid-century, the Spanish church adopted publishing practices with mass-produced religious publications for heterogeneous publics and more specifically for the working classes.

This catholic culture which aimed to be popular and more accessible, encompassed different narrative and aesthetic forms with generally defined traits as: orality, dialogue, volatility, short texts, intertwined narratives and images. Loose printed sheets and small prints contributed to the avalanche of moralizing writings and the support of a wide network of distribution circuits: catholic bookshops and editors, catholic associations and specific reading centers under the control exerted by religious censorship.

*Key words:* Catholic culture. Loose printed sheet. Working classes. Distribution circuits.

## **Contexto religioso, cultural y político**

Nos interesaremos más especialmente por el periodo situado entre 1845 y finales del siglo ya que se trata de un período que se caracteriza por una reconquista cristiana de la sociedad a través de la difusión masiva de lo que se llamó en aquel momento la cultura católica popular.

El hecho destacable es que no hay ámbito de la historia de la cultura española que no se vea afectado por la cuestión religiosa. ¿En qué sentido pueden entenderse conceptos como «cultura católica», «cultura popular»? Para comprender la historia religiosa dentro de la historia cultural en España, país en el que la religión ha tenido un peso abrumador, conviene plantearse la difícil relación entre fe y cultura. Dentro de la institución católica, la fe siempre ha sido crítica con respecto a la cultura. Si nos preguntamos si la religión es cultura, esto nos coloca ante una opción fundamental: si no se admite la existencia de una sobrenaturaleza y de lo sobrenatural, debe interpretarse la religión como mera cultura; a la inversa, si se reconoce la realidad de lo sobrenatural, la religión no es sólo cultura: es precisamente la posición de los creyentes (Pérez López: 2008: 236). A lo largo del siglo, tanto las instituciones como distintos sectores de católicos quisieron incidir en la cultura vigente. El entorno sociocultural de la segunda mitad del siglo XIX impulsó la Iglesia a cuestionar la validez de sus medios tradicionales de control sobre las mentalidades y las conciencias. A partir de la década de 1850, el ca-

tolicismo adoptó una postura cada vez más defensiva y de hostilidad hacia el liberalismo: la cuestión romana, proceso por el cual la Iglesia iba perdiendo su poder temporal, hizo del todo imposible la reconciliación del liberalismo político con el catolicismo ultramontano.

Durante el pontificado de Pío IX (1846-1878), la encíclica *Quanta Cura* así como el *Syllabus de Errores* (1864) se situaban en la continuidad de la cuestión romana y tuvieron hondas repercusiones en el modo de ser de los españoles. El problema de la coexistencia de la Iglesia con las modernas libertades estimuló una renovación de signo ultramontano y el activismo religioso de una institución católica fuertemente sensibilizada por la experiencia revolucionaria de 1848. A partir de aquel periodo, la acción pastoral desborda el marco religioso, se extiende al conjunto de la vida comunitaria, se convierte en educación popular y la cultura católica pasa por la institucionalización de la religiosidad popular centrada en las peregrinaciones, la veneración de santos, las reliquias y el auge de devociones y cultos. La pretensión por parte de las instituciones religiosas de incidir en la cultura vigente conllevó su constante intrusión en el espacio público.

Un hecho nuevo en este contexto histórico es el militantismo combativo de la Iglesia que contaba con la colaboración cada vez más activa de los laicos y de las asociaciones católicas. La catequesis, las asociaciones, la prensa constituyeron entonces nuevos instrumentos de la propaganda católica frente al desarrollo de los clubs y ateneos liberales, del asociacionismo sindical, de las casas del pueblo socialistas. La propaganda católica se estimulaba desde la parroquia, verdadero centro neurálgico en el que los fieles podían hacer frente a los desafíos del mundo moderno. Muchos apologistas como el Padre Claret (1807-1870), el eclesiástico catalán Sardá y Salvany (1841-1916) contribuyeron al fortalecimiento y a la difusión de la apologética popular ya que comprendieron que en la nueva era surgida al hilo de los acontecimientos revolucionarios y de las ideas liberales, «la potencia renovadora de las ideas cristianas dependía en parte de su difusión por el pueblo, y que sólo de su intensa socialización podría venir el levantamiento y restauración de las antiguas instituciones (...)» (cit. por Moliner Prada: 2000: 19-20). Las mismas palabras del Padre Claret, pionero de las librerías y bibliotecas populares, reflejan la finalidad de esta empresa apologética: independien-

temente de la oración y de la predicación, se trataba de promover la dignificación y la difusión del impreso y de la literatura religiosa y encauzar la afición creciente a la lectura para fines de reconquista social y religiosa. Este prolífico y militante apologista de la doctrina cristiana, es menos conocido como promotor de la biblioteconomía popular y de la pedagogía de la lectura. Para el propagandista catalán, la producción del impreso, de hojas volantes y de opúsculos, tiene un fin utilitario y se amolda al entorno social, religioso y político de la época: «cuando iba misionando, tocaba todas las necesidades, y según lo que veía y oía, escribía el libro o la hoja suelta» (Hibbs: 2005: 215). Es de notar que tanto el clero como los seglares se involucraron en las distintas iniciativas de difusión del impreso y de «democratización» de la lectura y años más tarde, Félix Sardá y Salvany recordaba a sus lectores de la *Revista Popular* (1871) la necesidad de colaboración de todos los cristianos en las obras de propaganda católica: campañas religiosas, distribución de folletos y hojas volantes, actos de piedad tradicionales que acompañan las devociones más «populares» del siglo XIX. De lo que se trataba era fomentar una verdadera propaganda popular para difundir en la sociedad española la influencia de la Iglesia católica y de sus instituciones. Para ello había que utilizar todos los recursos posibles (la palabra pero también la pluma y el asociacionismo) y tomar posiciones firmes en el campo de la comunicación social. En la declaración de principios de su revista, la *Revista Popular*, se encuentra una definición de lo que representaría en las últimas décadas del siglo, esta cultura inspirada por el catolicismo: una espiritualidad ultramontana, una forma de vida cristiana difundidas mediante la propaganda católica o sea «el trabajo individual o colectivo de todo fiel católico, para la propagación, defensa, aumento y esplendor de su fe, aparte de los que constituye la función jerárquica y oficial de la Iglesia docente, pero siempre bajo la dirección y autoridad en todo y para todo de esta misma Iglesia»<sup>1</sup>.

En este movimiento católico restaurador lo que estaba en juego para la Iglesia era recuperar el terreno perdido frente a la sociedad civil y evitar la marginalización a la esfera privada de los individuos; por lo tanto «se reivindica la necesidad de las manifestaciones reli-

---

<sup>1</sup> Sardá y Salvany, «La Religión y el pueblo», *Propaganda católica*, tomo VIII, 9-12.

gias populares como las procesiones y otros actos públicos, así como la de organizar un movimiento católico capaz de movilizar a los creyentes con el fin de conquistar las calles y las plazas» (Moliner Prada: 2000: 224). Esto supone estrategias distintas y modos diferentes de apropiación de los «productos culturales» que comparten todos los grupos de la sociedad. En el caso que nos ocupa, caben apropiaciones y asimilaciones diferenciadas de los contenidos y de las prácticas religiosas. A la cultura católica creada y transmitida por instituciones formalizadas, se superponía la cultura popular, transmitida informalmente mediante la socialización. En este caso conviene destacar el papel relevante desempeñado por las asociaciones de católicos seculares implicadas en la distribución de libros, impresos, hojas y periódicos, asociaciones que apoyaban en muchos casos las iniciativas de la propia institución religiosa como en el caso de las peregrinaciones, o establecimiento de redes de distribución de estos «productos culturales». La organización material y logística de esta presencia de la Iglesia y de distintos sectores católicos en el ámbito de la comunicación social es más compleja de lo que parece a primera vista. Las propias divisiones de los católicos, enfrentados hasta bien entrado el siglo XX, debido a las interpretaciones divergentes con respecto a las libertades modernas, las relaciones conflictivas entre el Vaticano y sectores del catolicismo más propensos a favorecer la autonomía de las iglesias nacionales, las relaciones entre el Estado y la institución eclesiástica deben tenerse en cuenta para evitar una visión monolítica de la historiografía religiosa española.

### **¿Qué tipo de «productos»?**

Nos parece fundamental empezar por algunas puntualizaciones metodológicas acerca de varios conceptos en los que se ha fundamentado nuestro estudio. Quizá uno de los conceptos que mejor define este tipo de literatura moralizante generalmente destinada a las clases populares y a públicos con poco acceso a una lectura más exigente y sofisticada es el de «no libro». El mismo término de «no libro» refleja las dificultades en definir un género de manera fija y definitiva. En la actual historia cultural, muchos historiadores se muestran reacios a encasillar las distintas manifestaciones de la

cultura escrita e impresa en un género único. Se hablaría más bien de genericidad o de características compartidas. Entre las características comunes que nos interesan, mencionemos: la manejabilidad y la brevedad, la volatilidad, la relación entre texto e imagen, la organización discursiva que privilegia el diálogo, las formas orales, la complicidad entre autor/narrador y destinatario, estilo ameno. Resultan significativas a este respecto las características estilísticas y formales que se especifican con las conocidas *Hojas de propaganda católica* o lecturas populares, de formato 18 por 16 centímetros, editadas por la Asociación católica de amigos del pueblo de Barcelona. Para movilizar a los lectores, y más precisamente al pueblo, conviene privilegiar un estilo popular y sencillo, diáfano y directo, con fórmulas fáciles de recordar, una literatura «menor» como la define el propio Sardá y Salvany:

livianas como las presentes, diese alguna vez en tierra con el más bien pertrechado guerrero la manos de Dios, a quien place muy frecuentemente hacer resaltar lo divino de la victoria por la endeblez del medio humano con que supo conseguirla<sup>2</sup>.

Precisamente en el Reglamento general de la Biblioteca Popular, creada en 1869, que edita, publica y distribuye impresos gracias a la iniciativa de eclesiásticos y seculares, se definen las características imprescindibles de una producción impresa «popular» en términos de aceptación por parte de distintos públicos: «Dése gran importancia al volumen y al estilo (...) Sea el volumen pequeño (...) En cuanto al estilo, recuérdese que el público aborrece la forma rigurosamente didáctica o científica. La forma más popular es la narración, el diálogo o las cartas»<sup>3</sup>.

Ante la progresiva secularización y la erosión del magisterio de la Iglesia, surgen nuevos enfoques en materia de lectura: el impreso

---

<sup>2</sup> Sardá y Salvany, «Dos palabras», *Propaganda Católica*, Tipografía Católica, tomo VIII, p. 8.

<sup>3</sup> En 1869, Primitivo Sanmartí, eclesiástico catalán y amigo de Sardá y Salvany, dirigía la Biblioteca popular que difundía hojas de propaganda católica. Contaba con los medios de difusión de la imprenta de la *Revista Popular* cuyo magisterio de las clases populares prolongaba.

por su movilidad, su presencia en el campo y en la ciudad bajo distintas formas (almanaques, folletos, libros de venta ambulante, prensa, hojas volantes) aparece como un medio de adoctrinamiento privilegiado (Hibbs: 2005: 210). La diversificación de los formatos se acompaña de una reflexión acerca de las distintas modalidades de la lectura, de los públicos, de las condiciones materiales de producción y de distribución.

Prueba de esta preocupación por la diversificación y de la manejabilidad de los distintos impresos es la multiplicidad de apelaciones utilizadas: «obsequios», «ramilletes», «flores», «hojas», «hojitas», «hojas volanderas», «cuadernos», y «folletos».

Citamos a continuación algunos ejemplos de esta literatura de fácil acceso y «consumo»:

1. *Obsequios al Sagrado Corazón de Jesús*: para cada día del mes de junio. A semejanza de las Flores de mayo, obsequios contienen afectos, pláticas y consejos entresacados del Sagrado Corazón de Jesús. Están dispuestos en hojas, 32 en cada hoja y se expenden a 3 cuartos la hoja suelta; 25 hojas, 8 reales, 50 hojas o 100

2. *Flores para obsequiar a María Santísima en el mes de mayo*: estas flores impregnadas de la unción divina que inspiran la devoción a la Madre del amor hermoso, véndese en hojas que las contienen en número de 31 días, a precio de tres cuartos la hoja suelta, 25 hojas etc... (100 hojas: 20 reales)

3. Hojas y folletos de contenido apologético como *La chimenea y el campanario* que recogen las conferencias de Sardá y Salvany sobre propaganda religiosa en los grandes centros industriales y con objeto de «orientar al pueblo cristiano en los problemas candentes de entonces» (Moliner Prada: 2000: 21).

Para que la lectura sea más fácil, se dividen obras o volúmenes en cuadernos. Es el caso de una de las obras más exitosas de la segunda mitad del siglo en cuanto a propaganda religiosa, *Respuestas populares a las objeciones más comunes contra la Religión* por el Padre Segundo Franco de la Compañía de Jesús que precisa que para cumplir la misión «popularizar el bien y la verdad» por medio de reducidos folletos, se ha dividido la obra en 28 cuadernos que pueden, de este modo, ser más profusamente difundidos por las Asociaciones de

católicos y otros centros de propaganda. Se trata de una obra que es «la verdadera enciclopedia religiosa de nuestros días. Es un arsenal de argumentos con que cerrar la boca a tantos como impugnan nuestra religión santa desde sus dogmas mas elevados hasta los mas sencillos. Todos los puntos hoy controvertidos están tratados aqui con abundancia de datos y razones».

## **Hojas volantes como copos de nieve...**

Esta metáfora de Federico Vila (1932: 47) ilustra de manera significativa el proceso de «democratización» de la lectura propiciado tanto por iniciativa de las instituciones religiosas como por la de los seglares. Crear nuevos espacios de socialización, fomentar el asociacionismo, diversificar y difundir masivamente el impreso extender la propaganda católica responden a la necesidad de transmitir a una sociedad aun poco industrializada, en su mayor parte eminentemente rural aunque con una expansión urbana considerable a partir del último tercio del siglo XIX, las verdades religiosas de forma sencilla y clara, fácilmente asimilables y socializadas por el pueblo (Moliner Prada: 2000: 109). Uno de los ejemplos más relevantes de esta popularización del impreso bajo formas variadas incluyendo lo que podríamos llamar el «no impreso» es el del Padre Claret cuya Librería Religiosa propició una producción masiva de hojas volantes, folletos, estampas y pequeños impresos. En 1846, con el canónigo José Caixal, futuro obispo de Urgel, el Padre Claret promueve el proyecto de una librería religiosa destinada a ser un fondo para la impresión y el reparto de impresos. Gran parte de los impresos que empezaron a salir de la imprenta de Eusebio Aguado se distribuyeron gratuitamente por medio de la Librería Religiosa ya implantada y que disponía de una red de Misioneros, verdaderos militantes de la propaganda católica. La obra de Antonio María Claret se inscribe en la campaña de reconquista religiosa y social mediante una acción estructurada y con el apoyo cada vez más amplio del episcopado y de distintos sectores sociales. El afán proselitista del Padre Claret se apoyó también en la creación, en 1857, de la Academia de San Miguel, que progresivamente iba a tomar el relevo de la Librería Religiosa y que inició su desarrollo como una asociación de litera-

tos, artistas y propagandistas contando con la participación de varios grupos sociales y culturales diferentes. La Academia de San Miguel comenzó a funcionar en noviembre de 1858 y «sus frutos» se dejaron sentir inmediatamente. La Academia imprimió durante los nueve años escasos de funcionamiento, y en medio de las trabajosas alternativas políticas y sociales, 24 libros y opúsculos, unas 15 estampas y hojas volanderas, que profusamente se difundieron. Distribuyó gratuitamente 1.071.003 libros, 1.734.022 estampas, 25.311 medallas, 2.112 crucifijos y 10.101 rosarios. Prestó, además, 20.396 libros y repartió infinidad de hojas sueltas y opusculitos (Fernández: 1950: 450).

«Aluvión», «lluvia» son algunos de los términos a los que recurren los testigos de la época para definir la empresa propagandística del Padre Claret, una empresa que generó «900 000 hojas volantes y estampas, en los ocho años de estar en Madrid» (Fernández: 1950: 444)<sup>4</sup>. Para el propagandista catalán, esta producción de hojas volantes, folletos y estampas siempre tiene un fin utilitario y responde a circunstancias concretas: «Cuando iba misionando, tocaba todas las necesidades, y según lo que veía y oía, escribía el libro o la hoja suelta» (Claret: 1959: 281).

En este aspecto los títulos de los opúsculos y de las hojas volanderas son significativos: *Los viajeros del ferrocarril*, *Contra los excesos y peligros del progreso material*, y las hojas sueltas todas acompañadas de su grabado particular como *La devoción a San José*, *Prácticas cristianas*, *Sé fiel hasta la muerte*, *El alma perseverante*, *El rico Epulón en el infierno* y *Necesidad de la confesión...*

Entre los mediadores más eficaces en este plan de campaña católica y de celo propagandístico, conviene destacar otra figura insoslayable en el paisaje religioso del siglo, la del eclesiástico catalán Félix Sardá y Salvany. Sardá encuentra el modelo a seguir en la figura del Padre Claret y su compromiso catequista y propagandista católico es movilizar al pueblo, recurriendo siempre a un lenguaje llano y sencillo, accesible a las clases más humildes y utilizando el arma de combate más eficaz a sus ojos, la pluma. El objetivo de este vehe-

---

<sup>4</sup> En su opúsculo *Un apóstol moderno*, Cristóbal Fernández destaca la incombustible actividad del Padre Claret «que por dondequiera que pasaba, provocaba verdadera lluvia de oportunos impresos, caída de sus dadivosas manos y de las de su paje y capellán, que llegaron a cansarse materialmente en tan sabroso ministerio» (1950: 444).

mente apologista, y uno de los protagonistas más comprometidos en las polémicas del integrismo, es la propaganda católica por todos los medios con el fin de fortalecer el movimiento restaurador católico<sup>5</sup>. Mediante un discurso ofensivo habitual en él, y metáforas guerreras, el apologista catalán explicaba que todos los católicos debían ser soldados valerosos en la defensa de la Propaganda católica y que convenía echar mano de todos los medios posibles:

Hoy se lucha por todos y en todas partes y todo se convierte en palenque y todo es arma. Es arena de esas lides la familiar tertulia casera, como la mesa del casino; lo es el wagón o la diligencia, como lo es la lonja o la Bolsa. Son armas el libro, el periódico, la hoja suelta, el espectáculo teatral, la candidatura para elecciones, el abanico que compráis por cinco céntimos, la caja de fósforos, tal vez el mismo prospecto de modas que os dan en la tienda o en el bazar (cit. por Moliner Prada: 2000: 109).

Sardá y Salvany que siempre había vivido en el ámbito industrial catalán, muestra una especial preocupación por la clase obrera y la llamada cuestión social que justifica plenamente nuevas formas de catequesis y de adoctrinamiento: «había que trabajar entre el pueblo con el fin de conservar su integridad religiosa y revivir su fe tradicional, alertando a las multitudes frente a los cambios políticos, culturales y sociales que había traído la revolución» (Moliner Prada: 2000: 23). Precisamente la primera publicación del apologista catalán fueron las «Hojas de propaganda católica o lecturas populares», de formato 18 por 16 centímetros, editadas por la Asociación católica de Amigos del Pueblo de Barcelona. Estas hojas sueltas, publicadas a partir de 1869 bajo la protección de la Autoridad eclesíastica, salían los días 10, 20 y 30 de cada mes y se distribuían gratuitamente en los talleres, en las escuelas dominicales, en las sociedades y los centros católicos como antidoto contra

---

<sup>5</sup> «[...] Nuestro grito constante años ha, y el de cuantos se dedican en España y en toda Europa a la propaganda de lo que con tanta exactitud se ha llamado movimiento católico es el de ¡Católicos a la calle!, ¡Católicos a la plaza!» (Sardá: 1881: 213-215).

las hojas protestantes e «impías». En 1874 se habían publicado 150 títulos y los temas propuestos cubrían todo el abanico de las cuestiones religiosas y sociales así como algunos de los aspectos políticos más conflictivos como el liberalismo<sup>6</sup>. Citemos como ejemplo las que reflejaban el magisterio moral y el adoctrinamiento religioso emprendidos por la Asociación Católica de Amigos del Pueblo: no es de extrañar que la primera se titulara *Lecciones de teología popular contra el protestantismo* en un momento en que se afirmaba, con la Constitución española de 1869, el principio de la libertad religiosa. Otros títulos elocuentes son: *La Biblia y el pueblo*; *La Bula*, *El Concilio*; *Contestación a ciertas objeciones*, *La Infabilidad*; *De las doctrinas modernas llamadas liberales*; *El culto de María*, *El protestantismo*; *Efectos canónicos del matrimonio civil*; *Los francmasones*; *La familia*; *Palabras y discursos obscenos*, etc.

Esta obra de «socialización del bien en medio del pueblo» se plasmó en dos otras iniciativas para difundir una literatura menor popular. La primera es la Biblioteca ligera, colección de cien títulos sobre temas muy variados y cuyo conjunto llegó a constituir una «verdadera teología popular al alcance de todos» (Moliner Prada: 2000: 35). Se redactaron entre 1876 y 1883 y su finalidad, tal como la definió Sardá, era la difusión y la defensa de las verdades católicas entre el pueblo. La colección tuvo mucho éxito y los textos escritos entre 1876 y 1883 se publicaron en el primer volumen de *Propaganda Católica*. Reproducimos a continuación la declaración de principios la *Propaganda...* que resume de manera esclarecedora lo que podía significar la propaganda católica, la cultura católica popular:

Helos rotulado con el lema genérico de PROPAGANDA CATÓLICA, que es el único que puede servirles de común denominador. Distintos en su inmediato y especial objeto; dictados según la inspiración de cada hora y de cada momento; motivados por el continuo vaivén de nuestros sucesos contemporáneos, que crean de continuo nuevas necesidades y obligan a discurrir de continuo nuevos remedios

---

<sup>6</sup> «Su éxito fue tan grande que en 1874 ya se habían publicado ciento cincuenta y un títulos, que se volvieron a reeditar y se podían comprar encuadernados en cuatro tomos» (Moliner Prada: 2000: 25).

con que atender a ellas; diversos en su estilo y forma literaria, según el asunto que trata de desenvolver o el enemigo a quien ha de combatir, esos librejos y hojas sueltas por necesidad han de ofrecer, presentados en fila, un conjunto si es no es heterogéneo y abigarrado... Recios son los tiempos, amigo lector; pidámosle tú y yo a Dios depare a tiempos tan malos, escritores y apóstoles muy buenos, que sostengan cada día con nuevos bríos el santo combate de la verdad. (Moliner Prada: 2000: 372).

La otra iniciativa que quisiéramos mencionar aunque en este caso se trata de pequeños opúsculos que podrían llamarse «no libros» por las características formales que comparten con hojas volantes y cuadernillos, es la de los textos fragmentarios agrupados bajo el título programático de *Conversaciones de hoy sobre materias de siempre* que destilan una filosofía cristiana del sentido común de todos los tiempos (Moliner Prada: 2000: 37). Es de notar que el término «conversación» implica un estilo ameno, oral basado en la complicidad con los lectores. Estos pequeños opúsculos recogen los medios retóricos habituales: parábolas y diálogos sacados de la vida real, un lenguaje popular inteligible para todos.

Como buen pedagogo Sardá tenía claro que la difusión de esta propaganda católica tenía que beneficiarse de una red de asociaciones católicas y academias católicas como la de Sabadell en la que estuvo muy presente como conferenciante y cuyo objetivo era fomentar, bajo todas sus formas, el asociacionismo militante (participación en los debates ciudadanos, celebración de romerías, difusión de «buenos» impresos y de hojas volantes). Con la creación de El Apostolado de la prensa en 1871 que funcionaba como una federación de centros de difusión de buenas lecturas y de propaganda bajo formas múltiples, Sardá fomentó una organización federativa para «tender sobre el suelo de la patria una verdadera red de propaganda que la cubra toda»<sup>7</sup>

El conjunto abundantísimo de esta producción de hojas volantes y «opusculitos» se sitúa en un contexto religioso de revitalización de las devociones populares. Dentro de una práctica religiosa

---

<sup>7</sup> Véase el folleto *Apostolado de la Prensa*, Barcelona Librería y Tipografía Católica: 1871: 2.

que pretendía orientar a los fieles hasta en las manifestaciones más cotidianas de su fe, se concedía más importancia al sentimiento y a la exteriorización: culto a los santos y devociones cuyo ejemplo más notable fue la devoción mariana. En las páginas y hojas de esta literatura religiosa, la simbología mariana, evocadora de pureza desembocaba a menudo en la exaltación de una España pura e incontaminada. Otros cultos muy populares eran el de San José, con la fervorosa evocación de la santa familia, en un momento en el que la Iglesia defendía la institución que consideraba como la más amenazada por las nuevas libertades e ideas paganas del siglo. Las devociones populares, por lo tanto, suponían una renovación de la influencia espiritual y religiosa de la Iglesia pero también una incondicional adhesión de los creyentes a manifestaciones externas de la fe (Hibbs: 2009: 42).

La producción total de esta literatura menor o «lluvia menuda», difícilmente cuantificable debido a la índole volátil y fundamentalmente efímera de este tipo de «producto» llegó a constituir una verdadera teología popular al alcance de todo el mundo. No pueden infravalorarse la importancia y el impacto de lo que se convirtió en una amplísima catequesis, forma social de una integral apologética diluyéndose los temas religiosos y doctrinales en sugestivas conversaciones y voladeros folletos que los hiciesen apetitivos y fácilmente digeribles<sup>8</sup>.

Otros ejemplos de esta literatura para «socializar la verdad y el bien» se encuentran hasta finales de siglo y bien entrado el siglo XX. Mencionemos las «Hojas de propaganda católica» publicadas por Vicente Manterola, canónigo por Vitoria, diputado en Guipúzcoa y fundador del *Semanario Católico Vasco-Navarro* (1866-1873) con 25 títulos en 1872 (100 ejemplares por 6 reales) así como las «Hojitas populares de propaganda católica» redactadas en su mayor parte por el R.P. Francisco de P. Morell de la Compañía de Jesús, los días 1 y 15 de cada mes y cuya producción ascendió a 300 ejemplares (100 ejemplares: 30 cents) y las «Hojitas Populares» a un real «aprobadas por las autoridades eclesiásticas y recomendadas por muchos señores Obispos», impresas y difundidas por la Tipografía de Comas Hermanos en Zaragoza.

---

<sup>8</sup> Véase Moliner Prada, 2000, pp. 24-25.

La cuestión social que llegó a ser acuciante en España en las últimas décadas del siglo XIX sirvió de acicate para la moralización del pueblo. Las incitaciones de un apologista como Sardá y Salvany en su conocida *Revista Popular* se dirigían tanto al clero como a los seglares católicos deseosos de participar en la «recatolización» de las clases humildes:

Hoy, más que nunca, es indispensable trabajar en favor de esta clase tan incauta y desprevénida como traidoramente halagada y lisonjeada por falsos amigos. Hay que tenerla al corriente de cuanto pueda interesarle al hombre como católico (...), hay que indicarle sin cesar lo que debe opinar católicamente acerca de cada una de las cuestiones que ante sus ojos ve planteándose todos los días<sup>9</sup>.

Tanto las encíclicas *Rerum Novarum* (1891) como *De conditione opificum* de León XIII recordaban a los católicos que tenían que estar presentes en el campo social. La *Rerum Novarum* contiene una crítica de la solución socialista al problema social y reivindica el carácter absolutamente legítimo e imprescindible de la intervención de la Iglesia. Entre las cuestiones más concretas planteadas en la Encíclica se encuentran la cuestión del salario justo y mínimo; la justificación de la propiedad privada y de las desigualdades naturales; los deberes morales y materiales del Patronato y los deberes recíprocos del obrero. También se abordan los aspectos relativos al alcance y a los límites de la legislación social concreta como la de los gremios (Montero García: 1983: 73). Dicho documento preconizaba la restauración de los valores cristianos como principios de superación del conflicto social y la recristianización urgente del trabajo.

Dentro de esta línea, y para contrarrestar el influjo «pernicioso» de las publicaciones y del impreso racionalistas y liberales, librerías e imprentas como la de *La Hormiga de Oro* proponían hojitas de 4 páginas tituladas «Cultura Popular», «muy del caso

---

<sup>9</sup> *Revista Popular*, 1 de enero 1871, p. 1.

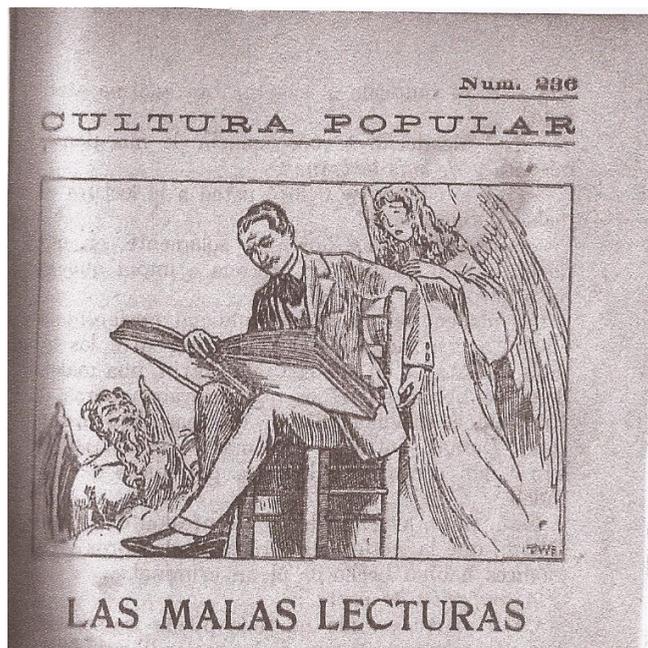
para repartir entre las clases obreras»<sup>10</sup>. Con 40 títulos publicados en 1913 (35 cents por 100 ejemplares), estas hojas, que se esparcían como «lluvia menuda», se agrupaban en tomitos encuadernados de 250 hojitas numeradas como obsequio a los lectores. Acompañadas cada una por su viñeta particular, estas hojas participan de géneros diferentes: charadas, relatos cortos, cuentos, escenas teatrales, historietas, fábulas y cartas. Muchas llevan el nombre o el seudónimo de un autor y contienen una moraleja acorde con el título de la hoja como en la titulada «La última voluntad», edificante relato sobre el desacertado reparto del caudal de la opulenta marquesa de Lirio del Valle, católica en apariencia pero que ni siquiera contempló la posibilidad de favorecer y proteger la buena prensa católica.

Es de notar que algunos de estos textos eran redactados por autores conocidos como José Zahonero, Adolfo Claravana, Enrique Sarradell, Eugène Souvestre, Manuel Polo y Peyrolón, Augusto Danvila y que aparece frecuentemente la firma de un eclesiástico como Fr. Ambrosio de Valencina, Cap., de José M<sup>a</sup> C. Pbro. Todos los temas escogidos son de una candente actualidad y entre los más «populares», aparecen el de las malas lecturas y de la cuestión social y obrera. La proliferación de impresos que se había producido a lo largo del siglo, y más especialmente a partir de las décadas de 1850, representaba a ojos de la Iglesia un fenómeno de particular gravedad porque amenazaba el monopolio ideológico clerical y favorecía la lectura, acto considerado fundamentalmente subversivo. El peligro residía no sólo en la masificación del impreso, lo que suponía que ya no se podía controlar la totalidad de la producción sino también en una secularización que ponía en competencia la literatura piadosa y la literatura liberal (Hibbs:

---

<sup>10</sup> *La Hormiga de Oro*, librería e imprenta situada en Barcelona que publicó la prestigiosa revista carlista del mismo nombre a partir de 1884. La revista, dirigida por el carlista L.Lauder, se convirtió en una ilustración prestigiosa y reflejó la preocupación de la prensa católica para diversificar los contenidos y los públicos. Luis María Llauder afirmó propiciar una publicación que luchara con la necesidad de ser económica para ser popular. Dedicó muchas páginas a la llamada literatura amena con cuentos, leyendas, historietas, folletines. Algunos de los autores de las hojitas de Cultura Popular eran acostumbrados colaboradores de *La Hormiga de Oro*.

2003: 651). El planteamiento de una militancia combativa de la Iglesia que asociaba estrategias defensivas y ofensivas se convirtió en una de las preocupaciones claves del catolicismo. Los peligros de las malas lecturas, de la mala literatura se recuerdan de manera obsesiva en múltiples folletos y hojas volantes como la que viene a continuación titulada «Las malas lecturas».



El cuadro apocalíptico de los estragos de las malas lecturas remite a crímenes, suicidios propiciados por una literatura que se asemeja a un «verdadero veneno del alma» (Hibbs: 2003: 656). La viñeta ilustra este combate entre las fuerzas del mal (encarnadas por el diablo) y las del bien (representado por un ángel tutelar afligido) que luchan descarnadamente para ganar un combate en el que lo que está en juego es un lector embebido en la lectura de un libro amenazador por sus proporciones desmesuradas. El mensaje se explicita mediante la historia de un criminal cuyo intento de atentado sobre Clemenceau se debía a la funesta influencia de sus lecturas. En este caso, como en otras historietas contenidas en estas hojitas, la advertencia moral es explícita: «No

hay peor veneno que la mala lectura» ya que ésta corroe la imaginación, penetra en todos los hogares y ejerce una peligrosa seducción sobre el espíritu. El «fruto nocivo» de las malas lecturas tiene que combatirse con el acostumbrado arsenal de la Iglesia es decir prohibiciones y licencias eclesiásticas pero también con «la buena literatura» que es «rico sustento y regalo», que representa «la verdad y el bien». La finalidad pedagógica de esta historieta se apoya en determinados recursos estilísticos: interpelaciones al lector con el que se establece cierta complicidad: «¿Gustamos de trabar intimidad con un ladrón o un asesino? Pues ¿cómo no huimos de tenerla con el mal libro, siendo éste de peor condición que el que roba y mata?».

Numerosas metáforas y referencias a la vida diaria (la lectura es un alimento y la higiene prescribe la buena alimentación para conservar la salud del cuerpo) así como la intertextualidad que remite a los apologistas cristianos más populares como San Agustín.

Otro cuadro aterrador de los estragos de las malas lecturas es el que ofrece a sus lectores la historieta titulada «Frida» (Los libros que matan), relato del suicidio de una joven de diez y ocho años, bella y rica pero cuyo padre, célebre escritor, es el autor de «páginas demolidoras, inmundas». Frida, confiesa antes de su muerte que uno de los libros de su padre es la causa de su suicidio: «Un libro, soberbiamente escrito, el de usted padre mío, me ha enseñado que Dios no existe. ¡Para qué luchar y combatir! No quiero envejecer, porque esto es horrible; ni sufrir porque es cruel. Me voy. Por usted he sabido que la muerte lleva a la nada...».



El castigo del escritor es ejemplar: preso de locura después de la muerte de su hija, sufre una definitiva reclusión en un manicomio. Este cuadro desolador recuerda a los lectores que la familia es la primera institución que ha sufrido el embate de la irreligión y de las nuevas ideas paganas del siglo. Muchas familias abandonan las prácticas religiosas para estar en consonancia con la forma de vivir del siglo. La encíclica del 1 de septiembre de 1883 de León XIII sobre el Santo Rosario, celebrado en el mes de octubre y con la tradición

del rezo en familia todas las noches es una nueva oportunidad para incitar a todos los católicos a preservar los fundamentos de la sociedad entre los que la familia es uno de los más valiosos. Tanto el individuo como las familias encuentran en la religión y las prácticas de piedad su mejor defensa.

## HOJITAS POPULARES—Núm. 19



### EL SANTO ROSARIO

*(Remedio contra la guerra)*

Había dos familias vecinas de muy diversas ideas y sentimientos. En la una se rezaba todos los días el Rosario; en la otra se juraba, disputaba y maldecía. ¿Para qué sirve el Rosario?—preguntó un día con tono burlón el vecino despreocupado al católico.—¿De qué mal os cura? ¿De peste, de hambre ó de guerra?—Respondió el buen hombre:—De peste, de hambre y de guerra.—¿De guerra también?—Pues sí, señor; porque mientras nosotros rezamos, y vosotros renegáis y reñís y os rompéis la crisma, es cierto que nosotros estamos en paz y vosotros en guerra.

No es pequeño fruto del santo Rosario el conservar la paz y concordia en el seno de la familia. ¿Cuántas lágrimas, escándalos y trastazos se ahorrarían en muchas casas, si en ellas se rezase el santo Rosario? Porque donde se reza el Rosario y ruegan todos al Señor diciendo: «perdónanos nuestras deudas así como nosotros perdonamos á nues-

Es el tema de una de las «Hojitas Populares», distribuidas en Zaragoza y cuya viñeta ilustra oportunamente el cuadro ejemplar de una familia unida y cuyas distintas generaciones están bajo la custodia de un venerable anciano, el jefe de familia. Hay una evidente referencia a la santa familia simbolizada por San José cuyo culto se revivió en el siglo XIX. En el tono de la conversación, el autor se dirige al «carísimo lector» para exhortarle a practicar una devoción que «conserva la paz y concordia en las familias». El tono benévolo y familiar de esta conversación con el lector pretende despertar fervor cristiano y adhesión a los preceptos enunciados por León XIII en su encíclica:

No os maraville (...) que nuestro actual Pontífice León XIII se haya hecho un nuevo apóstol del Rosario para librar a todas las familias católicas del veneno de la moderna impiedad y de la asquerosa pestilencia del vicio, que cada día hacen mayores estragos en los cuerpos y en las almas.

Se evocan milagros como el de la «santa gruta de Lourdes» así como los hechos más heroicos de la epopeya religiosa, la lucha del dominico Domingo de Guzmán contra los herejes para movilizar a los fieles contra los «herejes modernos», la secularización y las modernas «herejías». Nos parece oportuno citar un texto de la Propaganda Católica que recuerda que «Esta tierra bendita de España, durante los siglos de su más glorioso apogeo» llegó a llamarse la tierra del santísimo Rosario y que, por lo tanto, conviene restaurar las formas externas del catolicismo, las antiguas costumbres católicas que han desaparecido de la vida ordinaria española:

El Rosario en familia ha caído en lamentable desuso de algún tiempo acá, pero temo que con él van cayendo también en desuso igual muchas otras cosas, que nos harían más felices de lo que somos, si hoy no anduviesen entre todos tan desusadas. Ha caído, por ejemplo, en desuso, el amor al hogar, el respeto a los padres, la unión entre los hermanos,

todo lo cual se conocía antes, y es casi totalmente desconocido hoy, con el nombre de espíritu de familia.<sup>11</sup>

La expansión de la primera Internacional desde 1868 y el impacto de la Commune en 1871 recrudecieron el temor de la Iglesia ante una revolución de signo social que podía arrasarlo todo. A partir del Sexenio se percibe el propósito de contar con la prensa y el impreso de modo general como instrumento de acción social. La propaganda católica destilada en hojas volantes y folletos pretende prolongar el magisterio moral y el adoctrinamiento religiosos y el público destinatario son fundamentalmente la clase obrera, las clases humildes. El planteamiento del problema religioso-social es recurrente en estas hojitas de «Cultura Popular» y las soluciones propuestas pasan por la resignación como por la necesidad de acomodar la voluntad del hombre a la de Dios, en este caso a la pobreza.



<sup>11</sup> Sardá y Salvany, «Por qué no rezo el Rosario?», *Propaganda Católica*, Barcelona, Tipografía Católica, 1910, p.401.

En los «Cuadros levantinos: Ayer, Hoy y Mañana», relato construido como una obrita de teatro con varios cuadros que representan distintos momentos de la historia española desde el Sexenio y la revolución, una familia de humildes labradores comparte una comida miserable. Ante la miseria de su familia, el padre evoca la necesidad de una revolución que «lo arrase todo (...) para volver el mundo al revés, para que los pobres coman jamón y gallina a todo pasto». El cuadro siguiente es el del desengaño: las revoluciones, el socialismo y las modernas libertades no han resuelto la cuestión social que sigue tan candente como ante: «La verdad es -dice el tío Nelo- que estamos perdidos; tantas revoluciones, tantas huelgas, tanta ruina y tanta sangre y ¿qué hemos logrado los pobres?».

En el último cuadro titulado «Mañana», la moral de la resignación, el obligado acatamiento de las desigualdades sociales consideradas como naturales, se expresan por boca de un caballero que recoge las palabras del Cardenal Monescillo «dar al pueblo pan y hojas de catecismo».

El conjunto de estas hojitas de «Cultura Católica», como reza el título de estos textos o «no libros» constituye una guía doctrinal para los fieles, una verdadera teología popular al alcance de todo el mundo y cuya finalidad es la difusión y la defensa de las buenas ideas entre el católico pueblo español. Para paliar la insuficiente influencia de la predicación en el púlpito, se recurre a la pluma y la literatura «liger» y de fácil consumo, favoreciendo la forma del diálogo, con preguntas y respuestas, con máximas cristianas fácilmente memorizadas.

## **Modalidades y niveles de apropiación**

El aumento global de la producción impresa destinada a una clientela católica, el esfuerzo de diversificación acometido tanto por la institución eclesiástica como por los laicos (editoriales, librerías, apostolados y asociaciones de buenas lecturas, centros parroquiales), reflejan la emergencia de nuevos públicos (Botrel: 1982). Resulta difícil determinar la verdadera influencia de esta literatura sobre los católicos, aunque las tiradas y los datos referentes al reparto de folletos, opusculitos y hojas volanderas indican que todos los ámbitos están implicados según el área sociocultural (Hibbs: 2003: 654).

Existen diferentes niveles de apropiación a través de distintas prácticas de la lectura. En el caso de La Librería Religiosa y de las hojas volanderas o impresos («no libros»), se especifican públicos potenciales muy diversos. La finalidad es abarcar a cuantos más lectores sea posible.

En el Reglamento de La Librería Religiosa, aprobado en marzo de 1859, es muy esclarecedora la rúbrica «A quiénes principalmente se ha de dar o prestar libros, estampas, hojas volantes etc...»:

1. A los niños y niñas.
2. A los que asisten o han asistido las escuelas gratuitas para los obreros.
3. A los que asisten a las Escuelas dominicales.
4. A los pobres que se van a socorrer en sus casas.
5. A los enfermos en sus casas particulares, y en los hospitales civiles y militares.
6. A los que viven o asisten a los establecimientos de beneficencia.
7. A los estudiantes de seminarios, colegios, institutos e universidades.
8. A los militares.
9. A los presos de cárceles.
10. A los que están tomando baños o aguas.
11. A los viajeros, por mar o por tierra.
12. A los que se encuentren en el camino.
13. A los ociosos que no saben cómo pasar el tiempo.
14. En las aldeas también se darán o enviarán al señor cura párroco y demás sacerdotes celosos para que los repartan.
15. En las aldeas también se darán o enviarán a los maestros y maestras de escuela, al médico, cirujano y boticario. Al barbero, herrero, mesonero, tabernero, tendero, confitero, sastre y demás personas públicas.
16. A todas las personas, hombres o mujeres que tengan celo y actividad para hacer el bien aunque no sean personas públicas.
17. A todos y a cada uno en particular que se presente ocasión de hacer el bien.

Esta larga lista que tiene aires de letanía, es una guía y un compendio en materia de buenas lecturas y buenos impresos y responde a la voluntad de democratizar la lectura. Esta democratización es aún insuficiente aunque parte de una constatación: la mayor instrucción de niños y niñas debida a escuelas públicas y privadas, a esfuerzos de asociaciones como las conferencias de San Vicente de Paul y las escuelas dominicales y varias órdenes religiosas como las escolapias, ursulinas, hermanas terciarias, sacramentarias, del Carmen, del Corazón de Jesús.

Ya se ha señalado la dificultad en medir el impacto de dicha literatura y propaganda religiosas que se difunden con formatos variados y cuyo consumo implica no sólo la lectura sino también la interpretación de imágenes, viñetas y estampas. Los datos más o menos fiables de los que disponemos son los que proveen las asociaciones católicas de buenas lecturas, los centros del apostolado de la prensa, los boletines de algunas diócesis, la prensa y los propios protagonistas de esta propaganda católica como el Padre Claret.

Por ejemplo *La Lectura Dominical* (1893), principal órgano de difusión del Apostolado de la prensa de Madrid, al dar cuenta de la actividad de otros apostolados que van surgiendo en las provincias españolas y de la distribución de folletos, opusculos y hojas volantes repartidas desde inicios de la Obra menciona que en 1892 se habían repartido 482.000 folletos y indica, en el año 1894, que se habían distribuido cerca de un millón de folletos y otros pequeños impresos repartidos gratuitamente entre las clases menesterosas (Hibbs 1995: 399). También nos enteramos, gracias a los datos proporcionados por La Obra de Buenas Lecturas establecida en Barcelona que empieza a funcionar en 1892, que la biblioteca de buenas lecturas contabiliza más de 2000 volúmenes. La Obra, que se halla bajo la dirección del prelado diocesano, en este caso el parróco de Santa Ana, Idelfonso Gatell, y que cuenta con una junta directiva, publica una *Hoja Dominical*, «la obra más importante de nuestra institución, la que da mejores resultados» según las propias palabras de Gatell. En 1906, la «Hoja Dominical» tenía una tirada «de 20 mil ejemplares que se editaban semanalmente»<sup>12</sup>. Dicha «Hoja» estimuló la publicación de la «Hoja Parroquial» que llegó a alcanzar una tirada

---

<sup>12</sup> *Boletín de Buenas Lecturas*, 1906, p. 81

de 8000 ejemplares semanales<sup>13</sup>. Para Idelfonso Gatell, uno de los principales promotores de la Obra de Buenas Lecturas, el impreso, cualquiera que sea su forma, es la continuidad de la predicación oral, es un medio poderoso que incluso puede sustituirse a la palabra:

En vista de que los fieles no venían a la Iglesia a recibir el Evangelio, esa palabra que procede de Dios y de que necesita el hombre para vivir la vida superior del hombre, creí hacer una obra de Párroco llevándoselo a su casa, publicando todas las semanas una hoja que se distribuiría en mi iglesia, donde, después de las fiestas de la semana, se insertaría el Evangelio de la dominica, con su comentario o exposición, y luego la vida de un Santo, que son todas ellas el Evangelio puesto en acción. La Hoja fue muy bien recibida en la parroquia, y yo tuve la satisfacción de haber encontrado la manera de dar a conocer y comentar el Evangelio a feligreses míos que no venían a oírlo a la iglesia<sup>14</sup>.

Este proselitismo dio los frutos esperados ya que que después de 14 años después de su fundación la Obra había recaudado e invertido en publicaciones y propaganda 105.000 pesetas y que se habían publicado y distribuido unos 7.000.000 ejemplares de la «Hoja Dominical», 60.000 del *Repertorio de Buenas Lecturas* y más de 300.000 entre libros, opúsculos y hojas con 45 títulos distintos<sup>15</sup>.

Las mismas conclusiones optimistas son las que nos ofrece el Apostolado de la Prensa, creado en Barcelona en 1871 gracias a la iniciativa del eclesiástico Sardá y Salvany. Este apostolado cuya finalidad es que

España aparezca inundada de ejemplares de la publicación que para el caso se necesite (...) mediante una acción compacta, uniforme, simultánea de los esfuerzos de todos (...) pasa revista a las distintas juntas parroquiales de Barcelona que han cumplido con uno de los objetivos fundamentales de la propaganda católica: propaganda de buenos impresos

---

<sup>13</sup> *Boletín de Buenas Lecturas*, 1906, p. 82.

<sup>14</sup> *Boletín de la Obra de Buenas Lecturas*, 1904, p. 81.

<sup>15</sup> *Boletín de la Obra de Buenas Lecturas*, 1904, p. 84.

en todo sentido y bajo toda forma; distribución gratuita entre el pueblo; organizar un verdadero «arsenal de publicaciones católicas en cada capital de diócesis, y sucursales análogas en cada parroquia». (Apostolado de la Prensa 1871: 2).

Esta red de propaganda está constituida por parroquias como las de Santa Ana, San José, Santa Madrona, Santa María del Mar y Santa María del Pino que se dedican, entre otras cosas a «la expendición de hojas volantes y opúsculos que combaten la inmoralidad» o cuyas limosnas se invierten en introducir folletos y hojas católicas en los talleres y grandes centros de fabricación»<sup>16</sup>.

El Apostolado de la Buena Prensa de Sevilla recordaba oportunamente en 1900 la afortunada empresa de un

fervoroso propagandista, a cuya iniciativa se debe multitud de obras de celo ya que indicó a algunos la manera práctica de difundir la buena doctrina en el pueblo (...) La empresa se reducía al reparto gratis de hojas de propaganda que contuviera una lectura moral y amena (...) Algunas acciones de «La Lectura Popular», algunos millares de «Hojitas Populares» fueron las primeras semillas arrojadas a la tierra<sup>17</sup>.

Tanto las «semillas» como «la lluvia menuda» y «los copos de nieve» supusieron una prolongación de la palabra eclesiástica y una adaptación pedagógica de los textos religiosos. A ojos de los estamentos eclesiásticos y de algunos sectores del catolicismo, los impresos podían convertirse en algo sospechoso e incluso peligroso. Por ello la Iglesia se implicó de manera activa en los distintos circuitos de producción y difusión y favoreció nuevas entidades emisoras en las que intervenían el clero y los laicos. La producción impresa católica no es monolítica y se adapta a los formatos de fácil consumo y a ciertos criterios de atractividad que le permiten competir con la producción impresa no ortodoxa. Dispone, a finales del siglo XIX, de una plataforma logística densa, constituida por multitud de asociaciones, de apostolados, de redes de bibliotecas parroquiales, de

<sup>16</sup> *Apostolado de la Prensa*, Tipografía Católica, 1871, p. 40.

<sup>17</sup> *La Buena Prensa*, Sevilla, Imprenta del Correo de Andalucía, 1900, p. 6.

juntas y centros católicos y respaldada por la jerarquía religiosa. Las tensiones político-sociales, religiosas y culturales a las que se ve sometida la Iglesia explican las diferentes líneas de conducta contradictorias que coexisten y que podrían resumirse con el dicho «una de cal y otra de arena». De hecho, de lo que se trata es analizar, observar los cambios que se producen en el campo de la comunicación social; pero si una de las prioridades es recurrir al impreso bajo formas múltiples para apoyar, favorecer lo que se considera como un medio imprescindible de impregnación de las conciencias y de las mentalidades, la Iglesia no deja de estigmatizar lo que considera como un peligro constante: la libertad de lectura y expresión dentro de una sociedad secularizada.

Sin lugar a dudas, existía una cultura católica a la vez privada y colectiva que pretendía extenderse a todas las clases sociales, una cultura difundida mediante una propaganda popular en la que pueden distinguirse tres elementos clave: la abundancia de las formas del impreso y de las publicaciones, una diversificación de los públicos y la existencia de un circuito de difusión vinculado muchas veces a una empresa o incipiente industria de producción y distribución.

## Bibliografía

ANTONIO MARÍA CLARET, Sant. (1959). *Escritos autobiográficos y espirituales*. Madrid. Biblioteca de Autores Cristianos.

*Apostolado de la Prensa*. Barcelona. Tipografía Católica. 1871.

*Boletín de la Obra de Buenas Lecturas*. Barcelona. 1891-1895.

BOTREL, Jean François. (1982). *L'Eglise et la communication imprimée: doctrine et pratiques*. Metodología de la historia de la prensa española. Madrid. Siglo XXI.

FERNÁNDEZ, Cristóbal. (1950). *Un apóstol modern. San A.M. Claret. Breve compendio de su vida y empresas*. Madrid. Editorial Cocusa.

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

-----, (2003). «El libro y la edificación». *Historia de la edición y de la lectura en España: 1472-1914*. Víctor Infantes, François Lopez, Jean-François Botrel (eds.). Madrid. Fundación Germán Rui Pérez. 650-661.

------. (2005). «El padre Antonio María Claret (1807-1870): un pionero de las bibliotecas populares en el siglo XIX». *Prensa, impresos, lectura en el mundo hispánico contemporáneo. Homenaje a Jean-François Botrel*. Jean-Michel Desvois (ed.). Bordeaux. 209-220.

*La Buena Prensa*. Sevilla. Imprenta de El Correo de Andalucía. 1900.

MOLINER PRADA, Antonio. (2000). *Fèlix Sardà i Salvany y el integrismo en la Restauración*. Bellaterr. Universitat Autònoma de Barcelona. Servi de Publicacions.

MONTERO GARCÍA, Feliciano. (1983). *El primer catolicismo social y la «Rerum Novarum» en España (1889-1902)*. Madrid. CSIC.

PÉREZ LÓPEZ, Pablo. «Religión y cultura en la historiografía española». (2008) *L'histoire culturelle en France et en Espagne*. B. Pellistrandi, J.-F. Sirinelli (eds). Madrid. Casa de Velázquez. 235-251

SARDÁ Y SALVANY, Félix. (2000). *El liberalismo es pecado*. Solange Hibbs (ed.). Lleida. Pagès editor.

------. (1903-1910). *Propaganda Católica*. 12 vols. Barcelona. Tipografía Católica. 1883-1909

TRAVIESO, Javier. (1981) *Claret: un hombre y una obra*. Badajoz. Imprenta Trejo.

VILA, Federic. (1932). *Bosquejo de una bibliografía claretiana*. Barcelona.

CULTURA POPULAR

Num. 199



CHARADA COMICA

Queridísimo Blas: tengo el gusto de presentarte un joven atorado de dolor de muelas, que quiero auxilio, podemos re-

CULTURA POPULAR

Num. 195



LOS ANIMALES COMUNISTAS

Una vez Júpiter congregó a los animales a instancias de la cotorra, la cual charlatana aquí, empedrado allá, mintiendo en todas partes, tenía soliviantado el mundo animal.

CULTURA POPULAR

Num. 206



IVIVA LA IGUALDADI

No se ha aclarado aún, cual de los dos era más barbador, si Bartolo, o si Seno. Seno colorado o su primo, hermano y compadre escorpendo una pterina al caer de cierto parral,