

Communicating Catholicism. Rhetoric, Ecclesial Leadership, and the Future of American Roman Catholic Diocese



Cómo citar esta reseña.

Abreu-Colombri José Antonio (2022) Communicating Catholicism. Rhetoric, Ecclesial Leadership, and the Future of American Roman Catholic Diocese. Revista Encuentros, vol. 20-01. Universidad Autónoma del Caribe.
Doi: 10.15665/encuen.v20i01.2810

José Antonio Abreu Colombri¹, Universidad de Alcalá, España.
abreucolombri@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8698-6493>

Recibido: 23 de noviembre de 2021 / Aceptado: 13 de diciembre de 2021

MAIER, Craig. (2016). *Communicating Catholicism. Rhetoric, Ecclesial Leadership, and the Future of the American Roman Catholic Diocese*. Lanham: Fairleigh Dickinson Univeristy Press.

RESUMEN

La comunicación institucional de las organizaciones eclesíasticas es una nueva frontera temática para los investigadores de la teoría de la comunicación especializada, por la gran influencia política que alberga y por el alto grado de difusión social que alcanza. El libro contiene un análisis general de los cauces de la comunicación católica actual, pero, al mismo tiempo, profundiza en los diferentes y simultáneos discursos de la jerarquía católica estadounidense. Se delimitan los marcos comunicativos en los que se tiene que hacer frente a los retos de la difícil e histórica actualidad. Lo que para algunos es un planteamiento estratégico de diversificación y supervivencia, para otros, incluido el autor de libro, es una labor esencial para garantizar la vitalidad de las instituciones rectoras y la cohesión interna de la comunidad católica. Las coyunturas legislativa y cultural son muy complejas y son percibidas como cuestiones hostiles, por ese motivo el autor lleva a cabo una serie de interpretaciones que justifican las nuevas dinámicas comunicativas en el mundo católico. A lo largo de toda la publicación, destacan conceptos muy significativos como evangelización social, transformación de la opinión pública, retórica eclesíastica, neutralidad lingüística, mensajes institucionales, filosofía de la información o divulgación teológica.

Palabras clave: Medios de comunicación; catolicismo; evangelización; retórica institucional; Conferencia Episcopal estadounidense.

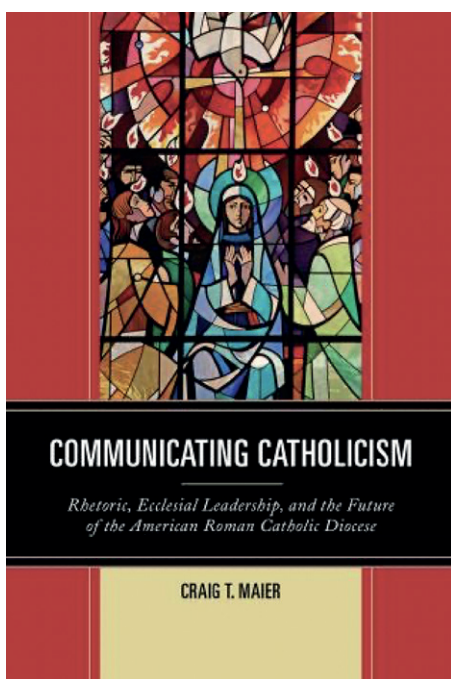
ABSTRACT

The institutional communication of ecclesiastical organizations is a new thematic frontier for researchers of specialized communication theory due to the great political influence it harbors and the high degree of social diffusion it reaches. This book contains a general analysis of the current Catholic communication channels, but at the same time, it delves into the different and simultaneous discourses of the American Catholic hierarchy. The communicative frameworks that are faced with the challenges of the difficult and historic present are demarcated. What for some is a strategic approach to diversification and

¹ Doctor por el programa de Estudios Norteamericanos. Ciencias Sociales y Jurídicas (Universidad de Alcalá). Previamente, realizó los estudios de grado en Historia (Universidad Complutense de Madrid) y en Periodismo (Universidad Rey Juan Carlos). Ha realizado estancias de investigación en varios centros universitarios de México y Portugal.

survival, for others, including the author of the book, is an essential task to guarantee the vitality of the governing institutions and the internal cohesion of the Catholic community. The legislative and cultural conjunctures are very complex and are perceived as hostile issues; for this reason, the author carries out a series of interpretations that justify the new communicative dynamics in the Catholic world. Throughout the entire publication, very significant concepts such as social evangelization, transformation of public opinion, ecclesiastical rhetoric, linguistic neutrality, institutional messages, philosophy of information or theological dissemination stand out.

Keywords: *Media; Catholicism; Evangelization; Institutional Rhetoric; American Conference of Bishops.*



Los estudios sobre comunicación cristiana se centran principalmente en el ámbito mediático del protestantismo, especialmente en los modelos de éxito vinculados al bautismo evangelismo. El autor² despliega una gran capacidad de síntesis e incardina una multitud de espectros temáticos. La solvencia que ha mostrado el autor, a la hora de sobrellevar los problemas típicos de una investigación de estas características, pone de relieve el mérito necesario para culminar una publicación apalancada sobre diferentes disciplinas.

En las páginas de este libro, de forma muy reconocible, se genera un marco de trabajo multidisciplinar e inclusivo, que posiciona a las estrategias de comunicación del catolicismo en la primera línea de investigación en la región norteamericana. Toda la estructura de la investigación (descriptiva, analítica e interpretativa) gravita sobre casos de estudio relacionados con las metodologías de comunicación institucional, pastoral y social. Las derivaciones de la aplicación de dichas metodologías tienen un recorrido asimétrico, a lo largo de todos los apartados de la obra, ya que las cuestiones más cómodas para la comunidad católica consiguen un mayor espacio estructural.

Al inspeccionar las referencias profesionales de Craig Maier en el sitio web de la *Duquesne University*, se puede percibir el inmenso trabajo de investigación que fundamenta *Communicating Catholicism*, debido a la ingente cantidad de comunicaciones y artículos que el autor realizó antes de que la publicación viese la luz en 2016². Dicho ritmo de trabajo, prolongado en el tiempo, pone en valor un proyecto de investigación sobre el complejo campo de la comunidad católica en la actualidad y la comunicación especializada en temática religiosa.

Inicialmente, el libro no contó con mucha repercusión entre los teóricos de la comunicación especializada, debido a que el espectro temático no era de primera fila y las conclusiones de la obra tardaron bastante tiempo en filtrarse entre los estratos de los estudios sociales. En el momento actual, el libro está presente en la mayoría de catálogos bibliográficos especializados en la

² (2016) "Education for the love of the world: Hannah Arendt's philosophy of education and communication studies", *Atlantic Journal of Communication*. 24:5, p. 289-301; (2008) "Light and shadows: Appreciative inquiry, communication ethics literacy, and the opioid epidemic", *Qualitative Research Reports in Communication*; (2017) "From "Wicked Crisis" to Responsive Witness: Jean-Luc Marion and the American Roman Catholic Sexual-Abuse Scandal", *Southern Communication Journal*, vol. 82, n°. 3, p. 164-174.

comunicación cristiana estadounidense, hasta el punto de convertirse en un punto de partida para los investigadores noveles.

Evidentemente, la investigación surge del seno institucional de la comunidad católica establecida en los Estados Unidos. El profesor Maier trata de establecer una línea evolutiva del pensamiento, la retórica y la labor divulgativa dentro de la jerarquía católica, además de tratar de encuadrar las tendencias históricas surgidas del liderazgo eclesiástico y el criterio de la jerarquía en el conjunto del mundo católico. La publicación se compone de doscientas diecinueve páginas, seis capítulos, repartidos en dos bloques temáticos, y los diferentes apartados situados fuera del cuerpo del texto. El libro fue coproducido en Lanham (Maryland) por dos entes editoriales: *Fairleigh Dickinson University Press*³ y *The Rowman & Littlefield Publishing Group, Inc*⁴.

En el prefacio se enumeran algunas reflexiones sobre las prácticas retóricas de la Iglesia de Roma, también se recalca la idea de la importancia de la palabra en la historia de la evangelización. En el apartado de los agradecimientos, el autor se acuerda de los factores y los elementos que han transformado e impulsado su trayectoria académica. Los apartados de los índices y las fuentes documentales son una muestra más de intenso trabajo desarrollado por el profesor Maier en la presente investigación.

La introducción tiene un subtítulo: “The American Diocese in ‘Dark Times’”, en estas páginas se habla de la convivencia, las aspiraciones y el liderazgo por parte de la jerarquía católica estadounidense. Se hace una puesta en valor de la Conferencia Episcopal como venero intelectual y espiritual de la gran familia católica en los Estados Unidos. El concepto “Dark Times” es explicado y desglosado desde varios enfoques, en un intento de sentar unos fundamentos definitorios para el posterior desarrollo temático del libro. En las últimas páginas de este apartado introductorio, se presenta la idea de la complejidad del liderazgo eclesiástico y la impronta dejada por las personalidades rectoras en la evolución del ejercicio institucional. Se enfatiza la importancia de las transformaciones surgidas de la labor de Francisco I (nociones culturales y exploraciones retóricas).

El primer bloque temático se compone de los tres primeros capítulos, su título es “The Call of a Catholic Moment”. En estas páginas se habla de una posibilidad histórica para transformar algunos discursos de la jerarquía católica, en un momento de crecimiento demográfico e institucional del catolicismo a nivel regional. También, en un momento de adversidad socio-cultural a nivel global.

En el primer capítulo, “The Rhetorical Challenge of Ecclesial Leadership”, se plantea la necesidad de implementar un plan estratégico conjunto, para superar viejos anacronismos, comprender las nuevas necesidades de la sociedad y ensamblar mensajes apropiados para conectar con todos los segmentos poblacionales de la comunidad católica y con el conjunto de la sociedad estadounidense (mediante la construcción de una retórica realista, precisa y contextualizada). El segundo capítulo, “Framing Diocesan Institutional Rhetoric”, habla de algunos monopolios diocesanos en comunicación y de la necesidad de dinamizar los cauces de los mensajes institucionales, pero siempre dentro de una disciplina retórica, que actúe en consonancia con la tradición. En el tercer capítulo se realiza una especie de clasificación de los grados de especialización informativa y de los diferentes roles que deben ser asumidos por los diferentes estratos de la burocracia católica, “The Corporate Historical Responsibility of Ecclesial Leadership” es el título. También se aborda la cuestión de la pervivencia de las responsabilidades históricas de la Iglesia Católica en todas las regiones estadounidenses.

3 Los servicios editoriales de la *Fairleigh Dickinson University* se constituyeron en 1967. Su comité editorial se compone del profesorado de la universidad y de académicos externos a la institución.

4 El grupo editorial tiene su sede central en Lanham (Maryland) y posee varias delegaciones (producción y distribución) en el Reino Unido, Canadá y los Estados Unidos. Desde hace décadas, coopera con los servicios editoriales de muchos centros de educación superior y, también, asociaciones de carácter científico como *The American Council on Education*, *American Association for State and Local History*, *The American Foreign Policy Council*, *The Center for Strategic and International Studies* y *Smithsonian Institution*.

“The Response of Ecclesial Leadership” es el título del Segundo bloque temático, se compone de los capítulos: cuarto, quinto y sexto. Este bloque está impregnado de muchos elementos filosóficos, en relación a las aspiraciones y las oportunidades que se presentan en el momento actual; según el autor, en el momento de la posmodernidad.

El cuarto capítulo, “The Historicity of a Catholic Moment”, habla de la pujanza confesional del catolicismo y la propagación de sus valores y doctrinas, en un momento de incremento progresivo del secularismo. Se plantean muchos casos de estudio y reflexiones sobre la labor comunicativa del catolicismo (en un contexto cultural post-cristiano). “Diocesan Institutional Rethoric and Administrative Play” es el título del quinto capítulo. Aquí se exploran los principales fundamentos retóricos de la institución diocesana, estableciendo las metas de los mensajes proyectados y exponiendo algunos de los estándares utilizados en la producción de dichos mensajes. El sexto y último capítulo, “The Joy of Ecclesial Leadership”, se centra en las cuestiones vocacionales del liderazgo eclesiástico y en las capacidades de regeneración retórica (ante los contextos socio-culturales adversos). Posiblemente, estas son las páginas con mayor carga filosófica y espiritual de todo el libro, motivada por una conjunción simbiótica entre el liderazgo evangelizador y el liderazgo comunicativo.

El apartado de las conclusiones refleja el carácter metódico y el trabajo pormenorizado del profesor Maier. El subtítulo de la conclusión es bastante ilustrativo: “Diocesan Institutional Rethoric and the Culture of Encounter”. Aquí se establece una secuencia temática muy amplia: la tradición retórica, las innovaciones estratégicas, la fragmentación cultural, los nuevos retos dialécticos, los mensajes morales, la ejemplificación teológica y la epistemología de la comunicación. La secuencia temática suele encajar en el periodo de gran expansión comunicativa de la Conferencia Episcopal y sus ramificaciones (la segunda mitad del siglo pasado y los primeros años del presente siglo). La investigación se fundamenta en las principales corrientes de pensamiento católico de las últimas décadas, pero guarda un vínculo especial con las teorías del padre John Richard Neuhaus⁵ (canadiense), ya que la obra de Maier representa una evolución no lineal de los conceptos de “nueva evangelización” y “cultura del encuentro”.

En definitiva, la obra condensa preceptos de muchas disciplinas y tiene muchas interpretaciones. No evita cuestiones polémicas de la comunicación católica, pero siempre las aborda desde una perspectiva muy semejante a la del oficialismo eclesiástico. En algunos momentos, el libro tiene un lenguaje excesivamente farragoso, vaporoso y evasivo, parece que se estuviesen mandando mensajes velados a ciertos colectivos católicos. No obstante, en la mayoría de los apartados se utiliza un lenguaje muy cuidado. El autor despliega una gran variedad de términos y cultismos, aquí se percibe con mucha claridad la formación en estudios clásicos del profesor Maier. Todos estos factores, activamente, han coadyuvado en la promoción del libro, que ha ido adquiriendo un gran prestigio en el transcurso de estos cuatro años.

Hay que tener presente en todo momento que el autor ha adquirido un gran reconocimiento en los espacios académicos de su área de especialización, en gran medida, por *Communicating Catholicism*. Un libro que, como ya se ha apuntado anteriormente, tuvo escasa repercusión inicial, pero que se ha convertido recientemente en una auténtica clave de bóveda para los nuevos proyectos de investigación en la materia. El ascenso del profesor Maier no se explica sin la repercusión creciente de la obra reseñada en estas páginas.

El libro, en su conjunto, es un gran aporte para los estudiosos de la comunicación especializada. Sin embargo, la estructura de la investigación presenta una carencia tangible en relación a la nueva frontera digital. En los diferentes apartados no se presta la suficiente atención a las interacciones de las redes

⁵ (2007) *Catholic Matters: Confusion, Controversy, and the Splendor of Truth*. Nueva York: Basic Books. 271p.; (1990) *The Catholic Moment: The Paradox of the Church in the Postmodern World*. Nueva York: Harper Collins. 263p.

sociales y las tendencias de emisión en línea. Es decir, la estructura de la obra obvia las evoluciones y las derivaciones de todo lo que hace veinte años era conocido como cibercultura. Maier dejar intuir que la acción comunicativa es, en todo momento, un proceso de divulgación del sistema de creencias y valores. Valga la redundancia, no es otra investigación sobre el catolicismo, realizada por un autor católico, para lectores católicos.

Referencias bibliográficas

- Maier, Craig. (2016) *Communicating Catholicism. Rhetoric, Ecclesial Leadership, and the Future of the American Roman Catholic Diocese*. Lanham: Fairleigh Dickinson University Press. 219 p.
- . (2016) "Education for the love of the world: Hannah Arendt's philosophy of education and communication studies", *Atlantic Journal of Communication*. 24:5, p. 289-301.
- . (2008) "Light and shadows: Appreciative inquiry, communication ethics literacy, and the opioid epidemic", *Qualitative Research Reports in Communication*.
- . y CRIST, Jonathan. (2017) "From "Wicked Crisis" to Responsive Witness: Jean-Luc Marion and the American Roman Catholic Sexual-Abuse Scandal", *Southern Communication Journal*, vol. 82, n°. 3, p. 164–174.
- Neuhaus, Richard. (2007) *Catholic Matters: Confusion, Controversy, and the Splendor of Truth*. Nueva York: Basic Books. 271p.
- . (1990) *The Catholic Moment: The Paradox of the Church in the Postmodern World*. Nueva York: Harper Collins. 263p.

Ficha técnica:

Autor: Craig T. Maier.

Título: Communicating Catholicism. Rhetoric, Ecclesial Leadership, and the Future of American Roman Catholic Diocese.

Editorial: Fairleigh Dickinson University Press.

Ciudad: Lanham (Estado de Maryland).

País: Estados Unidos de América.

Fecha de publicación: 2016.

ISBN: 9781611479614.

Número de páginas: 220.