Prefácio do autor à primeira edição

Dizem os cientistas do humor, parafraseando Lavoisier, que "Nada se perde, nada se cria, tudo se copia." Por isso, escrever um livro é quase uma frustração, já que ninguém consegue ser original e apresentar idéias completamente novas. Até mesmo quando achamos que tivemos uma idéia brilhante, se pesquisarmos bem, acabamos descobrindo que alguém um dia já pensou e escreveu sobre aquilo. Como diz um pensador: O problema é que "Os antigos roubaram as nossas melhores idéias".

De fato, a nossa desvantagem é ter vivido depois de Sócrates, Platão e Aristóteles, que já pensaram tudo que os seres humanos tinham direito de pensar no campo da cultura geral. E no campo da Teologia, depois de Moisés, Salomão, Cristo, Paulo e João, sobra pouco ou nada para inovar. Aliás, foi o próprio Salomão quem disse que "não existe nada novo debaixo do Sol" (Ec 1.9).

Mesmo assim, ainda nos damos ao trabalho exaustivo e desgastante de escrever um livro. Como disse alguém se referindo à dolorosa obra de escrever: "Um livro é um parto do espírito". Ou como disse Salomão: "Não há limite para fazer livros, e o muito estudar é enfado da carne" (Ec 12.12).

Como não há muito de original a acrescentar, este livro é uma pesquisa baseada no que se escreveu de bom no campo da comunicação e da pregação bíblica. Nossa intenção é ajudar os amantes da pregação bíblica a terem uma ferramenta a mais de trabalho nessa sublime tarefa, que é a exposição da Palavra. A novidade fica por conta de umas poucas experiências pessoais vividas em 18 anos de ministério pastoral, lidando com pregação e com ouvintes de todos os tipos.

Nosso desejo é partilhar com os leitores algumas idéias práticas que deram resultado em nosso trabalho, as quais esperamos que sejam úteis para outros. Foi com essa intenção e com o fascínio causado pela beleza do texto bíblico que surgiu este livro: *A Arte de Pregar*. Bom proveito!

Prefácio do autor à segunda edição

Os tempos mudam, os costumes mudam, os ouvintes mudam. O ouvinte de hoje não é o mesmo de cinco ou dez anos atrás. Como resultado do crescimento assustador no volume de informações e da rapidez no desenrolar dos acontecimentos, ouvintes e auditórios hoje estão em constante mutação.

Em 1998, Rowley[1] afirmou que o volume de informação disponível à humanidade dobrava a cada setenta e três dias. Um recente estudo da IBM[2] fez uma projeção de que, no ano 2010, o volume de informação digital no mundo duplicaria a cada onze horas. Qualquer que seja a margem de erro dessas projeções, esses dados ilustram a rapidez como as mudanças ocorrem hoje, o que exige do comunicador uma atualização dinâmica e constante. Em decorrência dessa avalanche de informações e acontecimentos, o mundo muda diariamente, o conhecimento muda diariamente, a cultura social muda diariamente, o estilo de vida muda diariamente, e, mesmo sem perceber, a cabeça das pessoas muda quase que diariamente também.

Em virtude dessas mudanças quase supersônicas, o pregador não pode mais se acomodar e buscar no arquivo um sermão que fez sucesso há cinco ou dez anos, esperando que esse sermão cause hoje o mesmo impacto que causou no passado. Pelo contrário, é muito provável que esse mesmo sermão seja totalmente irrelevante hoje. Alguém poderia argumentar que a Bíblia permanece a mesma sem ser afetada pelas mudanças. Com certeza, isso também é um fato. Contudo, com a mudança de contexto, a maneira de as pessoas encararem a Bíblia muda, o que, portanto, exige uma mudança na forma de comunicação

[1] Rowley, D. J., Lujan, H. D., & Dolence, M. G. (1998). *Strategic choices for the academy:* How demand for lifelong learning will re-create higher education, p. 63.

[2] Cf. LaMonica, Martin, "IBM software boosts info on demand", em: http://www.news.com/2100-7345_3-6159025.html?part=rss&tag=2547-1_3-0-20&subj=news, acessado em 29 de novembro de 2007.

com as pessoas, na abordagem da mensagem bíblica, na aplicação prática da mensagem, bem como nos exemplos e ilustrações.

Diante de tantas mudanças, houve a necessidade de atualização do conteúdo da primeira edição deste livro a fim de analisar a pregação bíblica numa perspectiva mais contemporânea. Embora muitos princípios básicos de comunicação e pregação permaneçam válidos no decorrer do tempo, a forma de abordagem do assunto e o contexto da pregação mudam completamente, exigindo a revisão de alguns conceitos e a inclusão de novos exemplos. Foi por isso que sentimos a necessidade de fazer um acréscimo ao conteúdo anterior, além de atualizar e revisar os conceitos e idéias de todo o livro.

E foi assim, com a intenção de proporcionar ao leitor uma ferramenta mais atual e mais eficiente na pregação da mensagem bíblica, que surgiu esta segunda edição. Conservamos os princípios básicos e acrescentamos informações novas, com a revisão de cada capítulo e a inclusão de uma seção inteira de análise dos diferentes tipos de ouvinte, da sua nova visão de mundo, da sua mentalidade na Era Pós-Moderna e das estratégias para alcançá-los. Esperamos que o novo cardápio traga um sabor diferente, ajudando-o no preparo de alimento bíblico nutritivo com o tempero da atualidade. É com alegria que apresentamos a você, leitor, a nova edição de *A Arte de Pregar,* com um enfoque especial sobre como alcançar o ouvinte pós-moderno. Bom apetite!

Introdução

Em fevereiro de 2006, tive a alegria de participar do Seminário Avançado de Liderança do Instituto Haggai, em sua sede mundial em Cingapura. Foram trinta dias de treinamento intensivo com representantes de vários continentes do mundo inteiro. Éramos duas turmas com cerca de quarenta participantes cada. Nosso grupo de brasileiros consistia de cinco colegas. Juntos representávamos o Brasil e buscávamos aplicar ao contexto brasileiro os conceitos aprendidos.

Na cerimônia de formatura, nossa turma teve o raro privilégio de ter como paraninfo o próprio Dr. John Edmund Haggai, fundador e presidente do instituto. Foi inspirador perceber que os cabelos grisalhos e o corpo cansado não diminuíam o entusiasmo e a vibração desse grande evangelista pela pregação bíblica. Em seu discurso, Dr. Haggai partilhou um pouco da sua história pessoal. Desde a infância, ele sonhava em ser um missionário na China, inspirado pela biografia de grandes missionários como Hudson Taylor e William Carey. Com esse objetivo, começou sua carreira pastoral nos Estados Unidos, dedicando-se em seguida a empreender cruzadas evangelísticas ao redor do país.

Mas quando estava pronto para começar seu projeto na China, o mundo já era outro, bem diferente da sua infância e juventude. O crescimento do Comunismo em alguns países e o declínio do colonialismo ao redor do mundo fecharam as portas aos missionários ocidentais, fazendo desmoronar o seu castelo evangelístico. Outras mudanças políticas em diferentes países impuseram severas restrições ao envio de missionários, limitando extremamente o trabalho dos institutos de missões mundiais.

A princípio, ele ficou desolado, mas, em vez de se deixar abater pela frustração, John Haggai conseguiu enxergar que o mundo entrava numa nova era. Surgia, então, uma nova visão de mundo, que exigia do ministério evangélico uma nova mentalidade e um novo conceito de missão, com novas estratégicas para a evangelização mundial. Movido por essa nova visão, John Haggai viajou ao redor do mundo e, percebendo a necessidade de mudanças, fundou um instituto de treinamento. Seu objetivo não era enviar missionários estrangeiros, mas atrair líderes

nacionais de diferentes países, treiná-los e enviá-los de volta a fim de que eles treinassem os seus próprios conterrâneos para a pregação do Evangelho. E desde 1969, o Instituto Haggai tem treinado cerca de cinqüenta mil líderes e pregadores em 170 países da Ásia, África e América Latina.[1]

O Instituto Haggai é apenas um exemplo da necessidade de constante inovação na forma de cumprir a missão de pregar o evangelho a todo o mundo. O campo missionário tem mudado inúmeras vezes ao longo da história. Da mesma forma, a pregação bíblica tem se adaptado às repetidas mudanças políticas e sociais de diferentes épocas para continuar comunicando de maneira relevante a mensagem de salvação a um mundo em constante mutação. A mesma mensagem bíblica, pregada em praça pública na igreja primitiva e proclamada às escondidas na Era Medieval, precisa hoje ser apresentada com igual relevância a ouvintes secularizados, mas igualmente carentes, que vivem bombardeados por uma infinidade de estímulos característicos de nossa era digital!

Nesse contexto de mudanças, o pregador de hoje enfrenta os maiores desafios da pregação bíblica em todos os tempos, à medida que desfruta de oportunidades e recursos nunca vistos anteriormente. Os avanços da tecnologia proporcionam novos veículos para a divulgação da mensagem bíblica. O acesso ao vídeo e à televisão coloca a pregação bíblica facilmente disponível em diferentes canais de TV, acessíveis em qualquer ambiente residencial ou comercial. No entanto, ao mesmo tempo que ampliam o espaço da pregação, essas oportunidades aumentam também a responsabilidade de primar pela qualidade na apresentação da mensagem bíblica a fim de que esta cause impacto em todas as camadas sociais e culturais.

Além do vídeo, o pregador de hoje também dispõe de recursos eletrônicos sem precedentes. A própria Bíblia, outrora monopolizada pelo formato impresso, hoje se encontra disponível em formato digital e acessível em programas de computador ou via *on-line*, podendo o leitor acessá-la em computadores portáteis como: *notebooks;* minicomputadores de bolso como as avançadas agendas eletrônicas; os *palmtops*; *blackberries*; e outros produtos mais avançados. Pregadores e ouvintes hoje podem acessar a Bíblia *on-line* em qualquer idioma e fazer pesquisas *on-line*

[1] Instituto Haggai do Brasil.
Website: http://haggai.com.br/drhaggai-biografia.php.

em concordâncias bíblicas, comentários bíblicos, dicionários e enciclopédias bíblicas. Além disso, também podem obter exemplos de esboços de sermões, ilustrações, estudos bíblicos e muitos outros recursos, disponíveis gratuitamente.[2]

A conclusão é óbvia: embora o conteúdo da pregação seja o mesmo, o pregador de hoje tem mais opções de apresentação e recursos de pesquisa que os pregadores do passado. Contudo, nem por isso a pregação se torna mais fácil hoje. Pelo contrário, é preciso lembrar que os mesmos recursos disponíveis ao pregador estão disponíveis também ao ouvinte, o qual é hoje muito mais informado, mais esclarecido e mais exigente que o ouvinte do passado. Isso requer do pregador muito mais preparo e pesquisa a fim de apresentar sua mensagem de forma atraente e relevante para seu ouvinte.

Os capítulos que se seguem pretendem ajudar o leitor a desenvolver essa consciência dos desafios e das oportunidades da pregação bíblica nos dias atuais, oferecendo algumas idéias para a apresentação de uma mensagem mais relevante para o contexto em que vivemos. Os capítulos estão organizados em quatro seções distintas. A primeira seção aborda o ouvinte de hoje no contexto da Era Pós-Moderna e sua influência secular na mente e estilo de vida das pessoas. A segunda seção é dedicada ao pregador e suas qualidades como pessoa e como profissional. Na terceira parte, o foco é a comunicação como fator indispensável à transmissão da mensagem de forma clara, atraente e eficiente. Finalmente, a quarta seção explora a mensagem em si, analisando o sermão com sua estrutura e suas divisões principais, incluindo o método de preparo de esboços e o desenvolvimento do tema em relação ao propósito do texto bíblico.

Esperamos que as idéias aqui discutidas possam ajudá-lo na apresentação de uma pregação relevante, em meio ao secularismo e à pluralidade de idéias que bombardeiam os diferentes tipos de ouvinte deste terceiro milênio!

[2] Alguns websites de Bíblia on-line em português são: http://www.bibliaonline.net/; http://www.bibliaworldnet-util.locaweb.com.br/biblia/; http://www.pregador.com.br/online.htm.

primeira parte

o ouvinte

Capítulo 1

Tipos de ouvintes e de pregadores

"Nunca penso em meus ouvintes como expectadores, e sim como parceiros."

Ator Jimmy Stewart

As pessoas são diferentes. Os ouvintes são diferentes. Os pregadores são diferentes. Cada ouvinte tem um estilo diferente de aprender e de absorver a mensagem. Por outro lado, cada pregador tem um jeito diferente de apresentar a mensagem de acordo com seu tipo de personalidade e estilo pessoal. Essa pluralidade de estilos e personalidades torna difícil e complicada a tarefa do pregador e comunicador. Por isso, dificilmente um pregador vai atrair e causar impacto em todos os ouvintes, assim como é praticamente impossível um ouvinte apreciar todos os tipos de pregadores. Cada ouvinte tende a se sentir atraído pelos pregadores cujo "tipo", ou "forma" de apresentar a mensagem "se encaixa" ou combina com seu estilo de aprendizagem. Em outras palavras, para comunicar com eficiência, precisamos ter uma compreensão das diferenças individuais dos ouvintes e preparar a mensagem de tal maneira a atingir diferentes tipos de ouvintes.

Muito se tem escrito sobre os atributos de personalidade que distinguem comunicadores e líderes. Algumas teorias no passado propunham que um certo conjunto de características determinava o sucesso ou o fracasso da pessoa em certas áreas específicas. Em liderança, por exemplo, a conhecida *teoria dos traços*

sustentava que a pessoa já nasce com um tipo físico, mental e psicológico que as torna líderes ou liderados.[1]

Diversas teorias têm sido propostas para explicar os diferentes tipos de personalidade e estilos de aprendizagem. No entanto, devido à grande complexidade do ser humano, não existe nenhuma teoria absoluta, mas diversas pesquisas em psicologia sugerem diferentes modelos que descrevem os estilos de aprendizagem e tipos de personalidade.

Ultimamente tem se tornado muito popular o teste de personalidade MBTI (Myers-Briggs Type Indicator), que classifica a personalidade em quatro pares opostos de características. De acordo com essa teoria, derivada da psicologia de Jung, cada pessoa possui uma combinação peculiar dessas diferentes características que determinam sua personalidade. Em resumo, os quatro pares opostos de características são:

Extrovertido	ou	Introvertido
Sensorial	ou	Intuitivo
Racional	ou	Sentimental
Julgador/Analista	ou	Perceptivo/Observador

Diferentes combinações dessas várias características resultam em 16 tipos diferentes de personalidade, que descrevem como as pessoas se comportam em diferentes situações, quer seja no trabalho, nos relacionamentos, na vida familiar, no aspecto afetivo, na vida pessoal e assim por diante.[2]

O modelo de personalidade mais antigo foi proposto por Hipócrates (cerca de 460 – 370 a.C.), médico grego, considerado o pai da medicina, que classificava a personalidade humana em quatro temperamentos básicos conhecidos como: sangüíneo, fleumático, colérico e melancólico. Como Hipócrates baseou seu modelo em observação informal e imaginação de diferentes fluidos circulando em cada pessoa sem nenhum critério de experimentação científica,

[1] Marinho, Robson, e Oliveira, Jayr, *Liderança*: uma questão de competência, p. 4.

[2] Kroeger, O., Tuesen, J., Rutledge, H, *Type Talk at Work*.

sua teoria tem tido pouca receptividade nos meios acadêmicos e científicos. Mesmo assim, devido à sua natureza prática e simples, esse modelo tornou-se muito popular até hoje, oferecendo uma descrição bastante informal do comportamento das pessoas. Em resumo, essa teoria classifica os temperamentos de acordo com as seguintes qualidades e defeitos dominantes, entre outros:

- Sangüíneo: comunicativo, alegre, falante, animado, carismático, extrovertido, instável, inseguro, explosivo, exagerado, altamente emotivo.
- Colérico: ativo, prático, decidido, produtivo, rápido, corajoso, controlador, competitivo, impaciente, agressivo, intolerante.
- Fleumático: calmo, tranqüilo, pacífico, diplomático, paciente, gentil, introvertido, frio, calculista, indeciso, passivo, desmotivado.
- Melancólico: intelectual, organizado, sensível, leal, perfeccionista, inseguro, vingativo, altamente sentimental.

Na realidade, todas essas teorias da personalidade descrevem diferentes aspectos do comportamento humano. Todas as pessoas possuem traços e comportamentos que podem ser descritos em diferentes modelos, qualquer que seja o nome da teoria. Em outras palavras, seria inconsistente dizer que uma teoria é mais correta que a outra ou discutir qual delas é a melhor. Alguns modelos são mais elaborados e possuem testes validados por pesquisa acadêmica. Esta proporciona ao teste um resultado de maior credibilidade, de acordo com o referido modelo. Contudo, isso não significa necessariamente uma superioridade do modelo em si.

Em suma, todas essas teorias tentam retratar e explicar a realidade e complexidade do comportamento humano. Diferentes teorias oferecem diferentes perspectivas ou diferentes ângulos pelos quais a personalidade pode ser observada e analisada. No entanto, na prática, o verdadeiro teste de personalidade é a pessoa conhecer a si mesma, analisando seu próprio comportamento e tornando-se consciente de sua própria maneira de ser e de suas próprias tendências. A finalidade desse autoconhecimento é levar a pessoa a assumir sua própria personalidade e a desenvolver-se o máximo possível dentro de suas características pessoais, sem tentar imitar o comportamento ou a "personalidade" de outra pessoa.

Como a pregação tem a ver diretamente com comunicação e aprendizagem da mensagem, julgo ser mais útil para o nosso propósito analisar apenas um modelo de estilos de aprendizagem, que nada mais é do que um modelo de personalidade aplicado à aprendizagem.

Novamente existem dezenas de modelos de estilos de aprendizagem propostos por diferentes teóricos como Kolb, Gregorc, Gardner, Herrmann, Felder, e assim por diante.[3] Em todos esses modelos, há vantagens e desvantagens, uns são mais detalhados, outros mais gerais, uns mais simples, outros mais complexos, uns mais práticos, outros menos práticos. Pela sua simplicidade e praticidade, vamos imaginar um grupo de ouvintes e pregadores e analisá-los segundo a perspectiva do modelo de Estilos de Aprendizagem proposta por Gregorc. Com certeza, essa perspectiva nos ajudará a entender melhor como variar o estilo de pregação de maneira a atingir e alcançar diferentes tipos de ouvintes.

Anthony F. Gregorc, um psicólogo da Universidade de Connecticut, desenvolveu um modelo que descreve quatro tipos de funcionamento da mente humana ou tipos de pensamento. De acordo com ele, todos nós exibimos todos os quatro tipos, mas normalmente temos um ou dois preferidos como sendo a nossa maneira predominante de funcionamento intelectual.

Segundo Gregorc, para que ocorra a compreensão e aprendizagem de uma mensagem, a mente humana tem de *perceber* e *processar* a informação. Esta é *percebida* de duas maneiras opostas: *concreta* ou *abstrata.* Por outro lado, nosso cérebro tende a *processar* a informação em dois formatos também opostos: o formato *seqüencial* e o formato *randômico* ou *aleatório*. Para melhor entender esses tipos de pensamento, podemos descrevê-los da seguinte maneira:

O Pensamento Concreto – Essa qualidade capacita as pessoas a perceberem a informação diretamente por meio dos cinco sentidos: visão, olfato, tato, paladar e audição. Por causa disso, elas geralmente lidam com a realidade de maneira prática e óbvia, preferindo fatos a idéias e conceitos. São mais interessadas no momento presente, pois para elas o que mais importa é o aqui e o agora, o que é palpável e visível.

[3] Marinho, Robson, *How Faculty Learn to Use Instructional Technology:* An Exploration of Personal Experiences.

O Pensamento Abstrato – Essa qualidade mental permite que as pessoas visualizem a informação mesmo que ela não seja apresentada em dados claros e nítidos. Pessoas com essa forma de pensar têm facilidade de conceber idéias e entender temas que não são claramente visíveis, pois tendem a utilizar mais a imaginação e a intuição para captar as idéias.

O *Pensamento Seqüencial* – Essa forma de pensar habilita as pessoas a processarem e organizarem a informação recebida de maneira linear, passo a passo, colocando em seqüência uma idéia após a outra. Essas pessoas tendem a seguir uma ordem lógica para facilitar a compreensão e geralmente gostam de traçar um plano em vez de agir por impulso.

O Pensamento Randômico – O termo "randômico" é utilizado para descrever o comportamento aleatório que ocorre por acaso e por impulso. Esse termo é novo na língua portuguesa, e é uma palavra inglesa de origem francesa. O *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*, de Aurélio Ferreira, em sua primeira edição (1975), define a palavra *randômico* com o significado de *aleatório*, ou seja, ao acaso, acidental.[4] Em edições posteriores, acrescenta *randomização* como sinônimo de *acidentalização*.[5] Houaiss, por sua vez, além dos dois termos citados, já registra o verbo *randomizar*, incorporando, assim, à língua portuguesa esse anglicismo.[6] Portanto, para manter a semelhança com a terminologia original, vamos utilizar a palavra randômico em vez de aleatório.

Esse tipo de pensamento faz a pessoa processar e organizar a informação em blocos distintos, sem nenhuma ordem particular a ser seguida. Pessoas com essa forma de pensar têm facilidade de pular vários passos de uma seqüência e ainda assim chegar ao resultado desejado. Quando têm de ler ou estudar um tema, por exemplo, elas podem começar pelo meio, ou ler diferentes partes do tema, ou até mesmo começar pelo final e depois ler o início. Geralmente não têm muita paciência para planejamentos detalhados e preferem seguir o impulso do momento.

[4] Ferreira, A.B.H, *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*, 1975.

[5] Idem, 2.ª edição, 1986; e 3.ª edição, 1999.

[6] Houaiss, A., VILLAR, M.S, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, 2001.