

Andy Stanley; Lane Jones. **Comunicação que transforma**. SP: Vida, 2010. 205pp. Resumido por JLPack em maio de 2010.

[parte 1 = capítulos 1 a 10 = história que relata os mesmos princípios da parte 2]

## **11 Determine seu alvo**

- A pregação não fará muita diferença se o público não souber que diferença ela devia fazer.
- Nosso alvo é transformar vidas (ensinar pessoas a viver conforme valores bíblicos)
- Precisamos de fazedores, não de ouvintes
- Preguar sempre lembrando que alguém será impactado; pode ser sua última chance
- Preguar direcionado às necessidades da audiência.
- Três maiores necessidades da igreja atual: pureza sexual, dinheiro, família
- Ao determinar o objetivo, precisamos identificar o porquê (qual necessidade atende) e as consequências (o que fazer com o ensino)

## **12 Escolha um ponto**

- Cada mensagem deve levar a audiência numa jornada com um destino certo
- Preguar por pontos leva ao esquecimento do conteúdo
- Cada mensagem deve ter UM ponto principal (uma aplicação, percepção ou princípio)
- É preciso responder: a) o que desejo que saibam? b) o que desejo que façam com isso?
- Para desenvolver uma mensagem de UM ponto: a) cave até encontrá-lo; b) construa tudo ao redor dele; c) torne-o “pegajoso”
- O ponto único deve se originar do texto. Pode se originar da vida, mas precisa estar enraizado no texto bíblico.
- Corte fora tudo que não agrega ao ponto da mensagem. Não ponha coisas para “passar o tempo”, não use “piadinhas”; use sim tudo que facilitar a jornada da mensagem.
- Use uma frase curta e fácil de lembrar como tema da mensagem
- Se você não sabe o que quer comunicar, a audiência é que não vai descobrir o ponto!
- O maior desafio é cortar as outras ideias da mensagem (para reduzi-la a UM ponto).

## **13 Crie um mapa**

- Use o esboço EU-NÓS-DEUS-VOCÊ-NÓS
- Corresponde a Orientação – Identificação – Iluminação – Aplicação – Inspiração
- EU: momento de estabelecer ligação com a audiência; terreno comum a gerar identificação
- NÓS: amplia a tensão do EU para incluir toda a audiência. Não passe para a próxima seção até sentir todos querendo resolver a tensão criada (i.e., conectados).
- Aplicação não é uma seção da mensagem, é o contexto dela. Ao questionar “O que devo fazer sobre isso?”, já começamos a aplicação do sermão.
- DEUS: parte onde se expõe o texto bíblico e se resolve parte da tensão. Seja equilibrado ao explicar o texto (nem raso, nem profundo).
- VOCÊ: encontre um ponto de aplicação para todos. Não tente milagres, mas desafie a um passo pequeno de cada vez. Outras opções de aplicação são as várias esferas de relacionamento (eu, família, igreja, fora igreja, trabalho) e de vida (crianças, adolescentes, jovens, solteiros, casais, pais, idosos), e de fé (crentes e não-crentes).
- NÓS: propõe uma visão de comunidade transformada. É inspirar para mudar.

## **14 Internalize a mensagem**

- Antes de entregar a mensagem, devemos dominá-la. Isto acontece quando a sabemos comunicar de forma autêntica e conversacional.
- É preciso saber entregar a mensagem como uma estória contada.
- Se não conseguirmos lembrar os pontos principais, porque os outros o fariam?
- É preciso cativar a audiência nos primeiros minutos.
- Se você terminar antes, ninguém vai reclamar! Simplifique e corte o que não é necessário.
- É melhor deixar a mensagem incompleta e cativar a audiência do que falar tudo que foi preparado preso a notas.

## **15 Cative sua audiência**

- A apresentação da mensagem é mais importante que seu conteúdo para cativar a audiência.
- Atenção e retenção são determinadas pela apresentação, não pela informação.
- COMO você diz é tão importante quanto O QUE você diz.
- Quando estamos engajados, o tempo voa. Senão, o tempo para.
- Jesus foi cativante ou enfurecedor, mas nunca chato.
- Jesus não se contentou em estar certo. Seu compromisso era de ser ouvido.
- Tensão cria fome por informação.
- As pessoas ficam atentas quando convencidas de que obterão respostas a questões que elas têm vivido.
- A primeira obrigação da palestra é criar esta expectativa. Informação que não trata de uma necessidade percebida cai em ouvidos moucos.
- Cinco pontos:
  1. Verifique sua velocidade de fala: muito rápido ou devagar cansa o povo!
  2. Diminua nas curvas: sinalize claramente as transições (escreva-as por extenso para se lembrar de enfatizá-las)
  3. Navegue pelo texto bíblico
    - Use só uma passagem
    - Vá comentando enquanto lê
    - Explique expressões e palavras desconhecidas ou difíceis
    - Reaja ao texto (expor dúvidas comuns, ceticismo)
    - Prepare a audiência para o ponto principal do texto
    - Leia o texto de forma errada e pause
    - Peça-lhes para ler certas partes do texto
    - Sumarize o ponto do texto claramente
    - Use auxílio visual sempre que possível
    - Resista a compartilhar tudo o que você sabe sobre o texto
  4. Adicione surpresas no caminho
  5. Seja direto. Indique para onde está indo. Erre (se preciso) pela muita clareza. Se a mensagem não for direta, avise: “Aguente um pouco que chegaremos lá”.
- Escute outros palestrantes e analise porque são cativantes (ou não o são). Liste os acertos e erros de outros (e os seus próprios) e aprenda com eles.

## **16 Encontre sua voz**

- É importante manter um estilo, mas é preciso continuar sempre melhorando
- Clareza, contudo, é ainda mais importante que estilo
- Precisamos desenvolver um estilo que nos ajude a transformar vidas
- Para isso deve-se perguntar: o que funciona? O que funciona para mim?

- Apenas experiência **analisada** pode nos tornar melhores

## 17 Comece tudo de novo

- Use a seguinte lista de perguntas quando ficar travado no preparo da mensagem:
  - 1) O que eles precisam saber?
  - 2) Por que eles precisam saber isto? O que acontece àqueles que nunca descobrem os princípios sendo ensinados? [Estes dois pontos precisam ser tratados na introdução da mensagem]
  - 3) O que eles precisam fazer? Seja específico e criativo.
  - 4) Por que precisam fazer isto? O que acontece se não fizerem? O que acontece se fizerem? [Usar na seção final NÓS]
  - 5) O que posso fazer para ajudá-los a se lembrarem?
- Estas perguntas satisfazem as áreas de: Informação, Motivação, Aplicação, Inspiração e Reiteração.