

Estrategias eficaces en la comunicación de sermones: aportes de nueve predicadores
reconocidos de Escuelitas.

Samuel Arnulfo Sánchez Muñoz

Saskia Donner, Mg.

Fundación Universitaria Seminario Bíblico de Colombia

Facultad de Teología

Medellín, mayo de 2019

Agradecimientos

Quiero extender mi gratitud en primer lugar al Señor por su gracia concedida como recurso indispensable para esta investigación. Agradezco también a mi asesora, la profesora Saskia Donner y a su esposo Luis Eduardo Ramírez, al semillero de expositores bíblicos de la FUSBC, a las Escuelitas de Predicación de egresados del IMM, a cada uno de los entrevistados, a Langham por todo lo que aportó no solo en el recurso humano sino en la formación que ya hace parte de mí, a la FUSBC por aguantarme, formarme y acogerme como a un hijo muy querido, y a mis queridos e incondicionales amigos que me aconsejaron y me ayudaron en este proceso: Martha, Liliana, y Santiago, y finalmente a mi amada esposa por su paciencia y respaldo.

Dedicatoria

A todos aquellos a quienes les importa el arte y ministerio de la predicación, junto a mis grandes e incondicionales amigos, dedico este trabajo, cuyo fin último y mayor es que sea para la gloria de Dios.

Resumen

Palabras clave: predicación, comunicación eficaz, homilética, técnicas comunicativas, sermón

Este trabajo investigativo expone las estrategias que nueve predicadores reconocidos de Escuelitas de predicación consideran son necesarias para comunicar de manera efectiva un sermón. Para ello, se incluye un estudio bibliográfico en el que se definen los términos clave y se describen algunas técnicas eficaces para la comunicación de un sermón. Luego, se presentan los resultados de nueve entrevistas realizadas de manera presencial a nueve predicadores reconocidos en Escuelitas de predicación, con amplia experiencia en la exposición bíblica en iglesias en Colombia. Por último, se compararon las conclusiones encontradas en la investigación bibliográfica con las declaraciones brindadas por los entrevistados. En esta investigación se encontró que la investigación bibliográfica y las declaraciones de los entrevistados concuerdan en que es necesario, para comunicar de manera efectiva un sermón, que el predicador conozca su auditorio y logre conectarlo con su mensaje, que el predicador se presente vulnerable mientras comunica su respuesta frente al sermón que predica, y que el predicador haga un uso consciente y profundo del lenguaje no verbal, de la selección de vocabulario y del desarrollo de una sola idea central durante todo el sermón, para entonces enseñar cómo se puede aplicar lo dicho en el sermón hoy en día, de manera específica, en la vida de los que escuchan el mensaje.

Índice de contenido

1. Descripción del problema	8
2. Marco Teórico	9
2.1. La relación entre el auditorio y la predicación	12
2.2. La relación entre el predicador y la predicación	18
2.2.1. Un predicador genuino y confiable	19
2.2.2. Un predicador que ama a Dios	20
2.3. La relación entre las técnicas de comunicación eficaz y la predicación	20
2.3.1. Idea principal	21
2.3.2. Selección de palabras	21
2.3.3. Lenguaje no verbal	22
3. Diseño metodológico	23
4. Resultados	29
4.1. El texto en conexión con el auditorio: respuestas de los entrevistados	31
4.1.1. El texto dibuja al auditorio	32
4.1.2. El texto conecta con el auditorio por medio de palabras clave	33

4.1.3. La transmisión del texto y las características del auditorio	36
4.1.4. El texto tiene como objetivo formar una mentalidad cristiana en el auditorio	37
4.2. La vida del predicador: respuestas de los entrevistados	38
4.2.1. La autoridad del predicador comunica efectivamente	39
4.2.2. La vulnerabilidad del predicador comunica efectivamente	40
4.3. Organización y uso del lenguaje en la predicación: respuesta de los entrevistados	41
4.3.1. Una sola idea, un solo objetivo	42
4.3.2. Lenguaje no verbal	43
4.3.3. Lenguaje verbal	44
4.3.4. Aplicación equilibrada con el sermón	45
4.3.5. Aplicaciones que no son obvias	45
4.3.6. Menos es más	46
5. Conclusiones	48
5.1. Relación entre el auditorio y la predicación	48
5.2. Relación entre el predicador y la predicación	50

5.3. La relación entre las técnicas y la predicación	50
5.4. Limitaciones	52
5.5. Sugerencias para investigaciones futuras	53
Bibliografía	54
ANEXOS	
Anexo A: Instrumento que se usó para la recopilación de información	56
Anexo B: Consentimiento y autorización de tratamiento de datos personales	58

Estrategias eficaces en la comunicación de sermones

1. Descripción del problema

A menudo los predicadores que han hecho una buena tarea en la preparación de su sermón, pasando por la exégesis y la actualización del texto, echan a perder gran parte de lo que investigaron, es decir, del contenido de su predicación, porque no supieron comunicarlo. MacArthur dice al respecto: “La sustancia valiosa puede ser ineficaz si se comunica de manera incapaz”.¹ No obstante, el factor más determinante a la hora de predicar no es solo saber cómo comunicar coherentemente el mensaje, sino también saber cómo puede ser comunicado de tal manera que produzca transformación en el auditorio. Para muchos predicadores no es clara la manera en que un sermón pudiera ser considerado efectivo, es decir, que pueda lograr la edificación y transformación del auditorio.

El hecho de que un sermón no logre edificar a un auditorio de tal manera que produzca cambios significativos radica tanto en el predicador como en el auditorio. En el caso del predicador, este muchas veces luce como un endulzador que solo dice lo que su auditorio quiere oír y, por lo tanto, nunca logra transformarlo. Al respecto, Lawson afirma que “el sermón moderno ha sido trágicamente descrito como de un kilómetro de ancho y un centímetro de profundidad.”² En el caso del auditorio, este solo tiene oídos dispuestos para lo que le conviene. Como lo afirma Lawson: “Los oídos carnales siempre querrán ser fascinados y no confrontados, cautivados y no desafiados.”³ No obstante, entre el predicador y el auditorio, el responsable de efectuar una transformación significativa por medio del sermón es el predicador.

1 John MacArthur, *La predicación*, trad. de Javier Quiñones (Nashville, TN: Grupo Nelson, 2009), 354.

2 Steven J. Lawson, *La predicación que Dios bendice* (Medellín: Poiema, 2017), 35.

3 Lawson, *La predicación que Dios bendice*, 35.

Los predicadores muchas veces no saben cómo usar el texto bíblico de manera adecuada para que sea eficaz su comunicación. Ignorar esto dificulta aún más la eficacia de la comunicación en la predicación, ya que el sermón, como lo expresa Stott, ha sido superado por los medios de comunicación y es incompatible con la atmósfera actual.⁴ Es decir, los medios y las preferencias de la gente hacen que la atención a un sermón sea menor y más desinteresada. Es por esto que el predicador debe aprender a usar de manera adecuada el texto en su comunicación si quiere ser eficaz a la hora de comunicar su sermón.

Conocer las estrategias que han sido eficaces en la comunicación de sermones con miras a la edificación de un auditorio en particular se hace relevante para los predicadores que deben exponer la Palabra de Dios cada semana. Por esta razón, es de suma importancia, para los que les importa cómo edificar a la hora de predicar, saber cuáles son las estrategias más eficaces que han sido confirmadas por los más experimentados en el arte y ministerio de la predicación.

2. Marco teórico

La comunicación es necesaria en la sociedad. El ser humano, al ser en esencia relacional, precisa de la comunicación para formar relaciones y, de paso, construir nuevos caminos que ayuden al mejoramiento de procesos en todos los ámbitos sociales.⁵

En el ideal, para que estas construcciones puedan ser productivas, duraderas y evolutivas, quien comunica desea que el otro, al recibir su comunicado, lo entienda como ha de ser, pero también que reaccione de una manera esperada (sea positiva o negativa), para que así una construcción relacional puede generarse. Sin embargo, muchas veces quien

⁴ John Stott, *La predicación, puente entre dos mundos* (Grand Rapids, MI: Desafío, 2000), 45.

⁵ Rocío Vela Sánchez, reseña de *Comunicación eficaz. Teoría y práctica de la comunicación humana*, de Guillermo Prieto, *Pragmalingüística* 20 (2012): 308-309, doi: 10.25267/Pragmalinguistica.2012.i20.17.

comunica no logra transmitir de manera ideal a otra u otras personas su mensaje. Esta problemática repercute no solo en un mal entendimiento entre quien comunica y quien recibe el mensaje, sino que hace que quién reciba el mensaje lo aplique de manera incorrecta por haberlo entendido mal.⁶

Por eso, es uno de los deseos de quien comunica (el emisor) que su mensaje sea transmitido y entendido por sus receptores de una manera clara, precisa, llamativa e invitadora. A esto se le llama *comunicación eficaz*.⁷ En últimas, la comunicación eficaz es aquella que, por la manera como está confeccionada, produce un impacto sobre sus receptores de tal magnitud que ellos son compelidos a desarrollar el mensaje que han recibido de alguna manera en sus vidas.⁸ Sobre este fundamento, el emisor ha de ser una persona que trabaje por mejorar cada vez más su manera de comunicar debido a las limitaciones o interferencias que rodean a la transmisión del mensaje.⁹

Si los problemas de la comunicación y los deseos del emisor son claros en todas las áreas donde la comunicación es indispensable, indudablemente la predicación de la Biblia, un acto altamente comunicativo, no está exenta de ambas cosas.

En cuanto a los problemas de comunicación que existen a la hora de predicar, es preciso anotar que la predicación no es dirigida, por lo general, a una sola persona, sino a distintas personas de distintos saberes y, en algunos casos, con una comprensión distinta de varios términos. Este asunto puede ser difícil de saldar, y más si se acepta que una predicación es un mensaje transmitido la mayor parte de las veces de manera hablada, el cual ha sido culminado en la mente de quien lo predica, y que muchas veces no da lugar a

6 Vela Sánchez, reseña de *Comunicación eficaz*, 309-310.

7 Vela Sánchez, reseña de *Comunicación eficaz*, 311.

8 Vela Sánchez, reseña de *Comunicación eficaz*, 314-315.

9 Vela Sánchez, reseña de *Comunicación eficaz*, 309-310.

la retroalimentación inmediata. En cuanto a los deseos y los objetivos comunicativos de quien predica, es preciso decir que la predicación bíblica no se limita al mero hecho de comunicar algo con el fin de que no se olvide, sino que tiene como propósito edificar a las personas que oyen el mensaje casi de manera inmediata.¹⁰ Esto es así pues quien predica es alguien que considera que su mensaje no solo es digno de ser predicado, sino que tal mensaje es usado por Dios para transformar la vida de quienes lo escuchan.

El efecto deseado que busca el emisor de la predicación, que de ahora en adelante será llamado *predicador*, es que sus receptores, de ahora en adelante llamados *auditorio*, transformen su manera de actuar para que se acople con el mensaje bíblico.¹¹ La eficacia comunicativa de la predicación deberá medirse teniendo en cuenta el efecto que el predicador ha intentado producir.

Por lo tanto, quien predica debe ser consciente de los problemas que giran en torno a la comunicación, pero a la vez debe trabajar para que su comunicación llegue a ser lo más eficaz posible por medio del conocimiento y la aplicación de algunas técnicas comunicativas que le ayuden a transmitir de mejor manera su mensaje.

Este marco teórico, entonces, se propone, mientras desarrolla la definición de algunos conceptos necesarios, plasmar algunas técnicas que el predicador puede usar para hacer de su predicación lo suficientemente eficaz como para lograr el efecto deseado en su

10 Millard J. Erickson, *Teología sistemática* (Barcelona: Clie, 2008), 1061.

11 Haddon W. Robinson, *La predicación bíblica: cómo desarrollar mensajes expositivos* (Miami, FL: Unilit, 2000), 108.

auditorio: una transformación de vida en el momento.¹² Esta transformación es aquella que logra informar la mente, instruir el corazón e influir en la conducta.¹³

Para este cometido, es preciso iniciar describiendo la relación existente entre el auditorio y la predicación, entre el ser del predicador y la predicación, y entre las técnicas de comunicación eficaz y la predicación. Mientras esta descripción se realiza, se describen de manera somera algunas técnicas para la comunicación eficaz que podrían ayudar al predicador en el logro de su cometido.

2.1. La relación entre el auditorio y la predicación. Uno de los aspectos más mencionados en los materiales consultados tiene que ver con la conexión que debe haber entre el auditorio y la predicación.¹⁴ En otras palabras, ser consciente de las características y circunstancias del auditorio se constituye en una de las claves para una predicación eficaz. Desde la perspectiva de la comunicación, la relevancia de una predicación es determinada por la gente que escucha.¹⁵ En este aspecto coinciden varios autores que expresan este asunto de diferentes maneras.

Lawson, por ejemplo, menciona que el predicador debe aprender a adaptar sus sermones a las circunstancias propias de cada congregación. Explica que cada congregación será diferente por las personas, edades, madurez y trasfondo.¹⁶ En esta misma dirección, Hendricks, aunque habla sobre la enseñanza, plantea que para comunicar bien primero hay que establecer lo que hay en común y, mientras más sea lo que hay en común, mayor será el

12 Jonathan Edwards, *Works*, vol. 1:394, (s.l: s.f), (non vidi). Citado en *Los puritanos: sus orígenes y sucesores*, ed. Martyn Lloyd Jones (Carlsile, P.A.: Banner of Truth, 2013), 518-519.

13 Ramesh Richard, *La predicación expositiva: siete pasos para la predicación bíblica* (Grand Rapids, MI: Fadeac, 2002), 22-23.

14 Keith Willhite, *Predicando con relevancia* (Grand Rapids, MI: Portavoz, 2009), 17-18.

15 Willhite, *Predicando con relevancia*, 22.

16 Lawson, *La predicación que Dios bendice*, 99.

potencial en la comunicación.¹⁷ Esto es también aplicable a la predicación, ya que aunque no tiene la misma dinámica que la enseñanza, también hay un auditorio que según sus particularidades requiere de puntos en común para conectarse mejor con el predicador.

Willhite, en su libro *Predicando con relevancia*, propone diez estrategias para comunicar con eficacia. Las estrategias presentadas aquí tienen todo que ver con el auditorio. Para Willhite, la relevancia de un sermón está determinada por cuánto el predicador pudo identificarse con el auditorio. En la medida en que el predicador busque saber cuál es la perspectiva de sus oyentes frente a determinado tema y use un lenguaje apropiado, será relevante.¹⁸ Según Willhite, “el sermón tiene que empezar en el punto donde se encuentran los oyentes”.¹⁹ El predicador que se interesa por las necesidades particulares de su auditorio tiene grandes posibilidades de conexión con el mismo.

Para González, lo más importante de la comunicación hablada es mantener el interés en el público.²⁰ Es decir, el comunicador debe estar interesado en el público como prioridad en su comunicación. Llevando esta declaración al campo de la predicación, en la misma dirección, Robinson propone que el predicador debe verbalizar los sentimientos del auditorio. Este asunto no lo deja como una opción, sino que en pro de una predicación efectiva para la gente moderna dice que el predicador debe hablar de tal manera que la gente entienda y se sienta identificada con aquello que vive día tras día.²¹ Willhite dice al

17 Howard Hendricks, *Enseñando para cambiar vidas* (Miami: Unilit, 2003), 77-78.

18 Willhite, *Predicando con relevancia*, 9-10.

19 Willhite, *Predicando con relevancia*, 44.

20 Sonia González, *Habilidades de la comunicación hablada: asertividad; persuasión; alto impacto* (Nashville, TN: Grupo Nelson, 2011), 78, 80.

21 Bill Hybels, Stuart Briscoe y Haddon Robinson, *Predicando a personas del siglo XXI*, Colección Teológica Contemporánea, vol. 24 (Barcelona: Clie, 2008), 29-30.

respecto que “si queremos demostrar la relevancia de la Palabra de Dios para los que nos escuchan, tenemos que tomar la perspectiva desde el banco.”²²

Por esta razón, Robinson recomienda que lo más eficaz entre los ingredientes que se usan para la predicación sea el uso de material que conecte con las vidas de la gente de la congregación.²³ Por ejemplo: Si el predicador logra hablar en su sermón de las cosas complejas de la vida, esto hará que se admita lo complejo de la vida, y permitirá que situaciones reales hagan parte de la explicación de un tema.²⁴ A esto llama Robinson “verbalizar los sentimientos del auditorio”.²⁵

Referente al tema, de manera más amplia, Sonia González dice que “entender las necesidades y los sentimientos particulares de cada auditorio se debe convertir en un músculo clave de un orador o capacitador.”²⁶ Para lograr esto, el predicador ha tenido que realizar un análisis en torno a su auditorio al punto que le permita establecer una conexión entre él (el auditorio) y su mensaje. Se debe, entonces, identificar bien al auditorio al que se le va a predicar, y hacer un esfuerzo por conocer en detalle sus rasgos y su historia.²⁷ De esta manera se facilitará la forma en que el predicador comunica su mensaje, pues su auditorio podrá fácilmente identificarse con este.²⁸ Como bien lo resaltó Key: “Toda comunicación conlleva el compartir con otras personas ideas, conceptos, y aun filosofías de vida, para que haya comprensión.”²⁹

22 Willhite, *Predicando con relevancia*, 23.

23 Hybels, Briscoe y Robinson, *Predicando a personas del siglo XXI*, 30.

24 Hybels, Briscoe y Robinson, *Predicando a personas del siglo XXI*, 31-32.

25 Hybels, Briscoe y Robinson, *Predicando a personas del siglo XXI*, 29.

26 González, *Habilidades de la comunicación hablada*, 78.

27 Willhite, *Predicando con relevancia*, 21-33.

28 Willhite, *Predicando con relevancia*, 21-33.

29 Jerry Stanley Key, *La preparación y predicación del sermón bíblico: un auxilio eficaz para el predicador de la Palabra* (El Paso, TX: Mundo Hispano, 2008), 26.

Cuando el predicador hace coincidir áreas de su vida con las del auditorio, es más probable que este escuche con interés.³⁰ Para hacer que el auditorio se sienta identificado y pueda coincidir con lo que el predicador dice, Robinson propone un ejercicio mental que consiste en imaginar a algunas personas distintas con formas diferentes de reaccionar ante el sermón que se está preparando.³¹ Esto le ayudará al predicador a incluir material que pueda conectar con el auditorio.

Al conseguir esto, el predicador podrá usar un “lenguaje de aplicación basado en las personas en lugar de un lenguaje exegético basado en el texto bíblico.”³² González, hablando de comunicación como tal, y no de la predicación, dice: “Sin conexión no hay comunicación”.³³ González dice esto pensando en las personas que escucharán, y constituye un esfuerzo por buscar y encontrar un punto de interés común donde la persona pueda conectarse con gusto.³⁴

Una predicación que comunica a la perfección el mensaje bíblico, pero que no ha sido colocado en el idioma del auditorio, no será una predicación relevante y, por lo tanto, no será eficaz comunicativamente hablando. Lamentablemente, tampoco será una predicación muy transformadora, ya que no habrá conexión clara entre ella y el auditorio.

Una estrategia para lograr dicho propósito de conectar a la gente con el mensaje son las preguntas. Preguntas que están orientadas hacia las personas de tal manera que se sientan incluidas y conectadas con el mensaje y con sus propias realidades.³⁵ En la comunicación de alto impacto, según González, se debe tener clara la diferencia entre

30 Hybels, Briscoe y Robinson, *Predicando a personas del siglo XXI*, 29-30.

31 Hybels, Briscoe y Robinson, *Predicando a personas del siglo XXI*, 30.

32 Willhite, *Predicando con relevancia*, 61.

33 González, *Habilidades de la comunicación hablada*, 107.

34 González, *Habilidades de la comunicación hablada*, 107-108.

35 Willhite, *Predicando con relevancia*, 87-94.

informar y comunicar. Los que informan pueden hacer bien la tarea y ser eficientes, pero solo se limitan a pasar datos, conocimientos o partes de un proceso. Estos, para González, no generan ningún impacto.³⁶ Todo esto es dicho pensando en las personas que escucharán el mensaje, las cuales un comunicador de alto impacto (el cual debería ser también el predicador) debe tener en cuenta.³⁷

El desafío del predicador con el auditorio es evidente que tiene que ver con identificarse con las realidades de los que escuchan. Pero este no es el único desafío que involucra al auditorio. El predicador se enfrenta a lo que Keller llama una “mente moderna tardía”.³⁸ Uno de los problemas surgen de esta mentalidad tiene que ver con el asunto de la autoridad. Según Keller, la persona con este tipo de mentalidad cree ser la fuente de la autoridad: ya no solo puede descubrir la verdad, sino que además puede crearla. Esto ha generado un fuerte énfasis en la sociedad hacia el individualismo. Esta condición de la mentalidad moderna hace que el predicador se vea en la tarea de identificar las narrativas culturales básicas para poder predicar a mentes de la modernidad tardía. Keller es claro en advertir que si esto no se hace, no se estará afectando eficientemente la condición de las personas a las que se les predica en la actualidad.³⁹

³⁶ González, *Habilidades de la comunicación hablada*, 62-63.

³⁷ González describe cómo es una comunicación de alto impacto. Entre esas descripciones menciona tres componentes claves que tienen que ver con centrarse en las personas que escuchan: transmitir, trascender y transformar. Estos tres componentes para González van más allá de transmitir una mera información. El primer elemento, que es transmitir, se refiere a lo que el comunicador transmite desde su esencia. Aunque esto pareciera centrarse la persona del comunicador, González deja claro que el contenido o la información no es solo lo que se transmite, sino la esencia misma del comunicador y por lo tanto al que comunica le debe importar qué transmite él desde su esencia, ya que el auditorio se inclina muchas veces más a la esencia que al contenido. Trascender es otro componente que se propone pensando en las personas. González explica aquí que trascender es poder llegar hasta las personas, es dirigirse a ellas y no a la productividad o a la rentabilidad. Transformar es un elemento que naturalmente indica que es transformar a las personas. Se comunica para transformar a las personas, no solo por mostrar un contenido y la habilidad del que lo transmitió. González, *Habilidades de la comunicación hablada*, 63-66.

³⁸ Timothy Keller, *La predicación: Compartir la fe en tiempos de escepticismo* (Nashville: B&H Español, 2017), 111.

³⁹ Keller, *La predicación*, 111-114.

Keller ha dedicado una sección en su libro *La predicación* (capítulo 5) que ha titulado “La predicación a la mente moderna (tardía)”.⁴⁰ En esta sección, Keller plantea cinco narrativas que se deben tener en cuenta como presupuestos y convicciones de la mente moderna tardía. La primera de ellas es la narrativa de la razón. Esta ha permitido que la religión y lo espiritual queden relegados, ya que se piensa que “la razón humana independiente y objetiva puede resolver lo que nos aflige.”⁴¹ La segunda narrativa es la de la historia. Para muchos, la historia era cíclica, para el cristianismo, esta tenía un desarrollo y un punto culminante irreversible. Para la mente moderna tardía, todo se redujo a que “lo que sea nuevo [debe ser] considerado automáticamente mejor.”⁴² La tercera narrativa es la de la sociedad donde se ha asentado el individualismo, exprimiendo al extremo la concepción cristiana de que cada individuo es importante y tiene dignidad. Este individualismo radical ha llevado a la conclusión de que “la elección llega a ser el único valor sagrado; y la discriminación, el único mal moral.”⁴³ Esto es así porque este pensamiento promueve el hecho de que cada individuo decide cómo quiere vivir. La cuarta narrativa tiene que ver con la moralidad y la justicia. No hay otra generación que esté tan comprometida con la moral y la justicia que esta. Pero a la vez asume que la que impone, decide y determina que es lo moral es la persona misma. Esta sociedad no acepta ningún absoluto moral, sino que opta por una autoaprobación moral.⁴⁴ La quinta narrativa tiene que ver con la identidad. Cada individuo se define así mismo. La autoestima se la da el propio

40 Keller, *La predicación*, 111.

41 Keller, *La predicación*, 119-120.

42 Keller, *La predicación*, 120.

43 Keller, *La predicación*, 121.

44 Keller, *La predicación*, 121.

individuo. No importa lo que diga la sociedad, lo que importa es cómo el individuo se entiende, y se define aun en contra de la sociedad.⁴⁵

Todo este análisis descrito por Timothy Keller permite concluir que el predicador, si ha de ser eficaz en la comunicación de su predicación, deberá tener en cuenta al auditorio especialmente en la manera en que la sociedad y la época en que vivimos han influenciado el pensamiento. No solo el predicador debe considerar esto, sino que debe pensar cómo responder a los desafíos mentales a través de las verdades de la Palabra que clarifican, chocan y redefinen la cosmovisión equivocada frente a muchos temas de la vida. El predicador debe hablar de tal manera que cambie las cosmovisiones o por lo menos, haga chocar la cosmovisión bíblica con la del auditorio.⁴⁶

2.2. La relación entre el predicador y la predicación. Otro de los aspectos sobresalientes para lograr entender y aplicar de una manera eficaz la predicación es comprender la relación entre la predicación y el predicador, específicamente su carácter y su manera de actuar.⁴⁷ Varios de los autores consultados están de acuerdo en la importancia del carácter del predicador como algo que le imprime autoridad y credibilidad a la comunicación.⁴⁸ Yang dice al respecto que el auditorio tiene una gran queja en la figura del predicador que sabe qué y cómo predicar, pero no sabe vivir lo que predica.⁴⁹

45 Keller, *La predicación*, 121-122.

46 Keller, *La predicación*, 111-144.

47 Sunggu Yang, "Homiletical aesthetics: A paradigmatic proposal for a holistic experience of preaching", *Theology today* 73, n°4 (2017): 365, doi: 10.1177/0040573616669563

48 Hybels, Briscoe y Robinson, *Predicando a personas del siglo XXI*, 35-36; Stott, *La predicación*, 53-54, 264; González, *Habilidades de la comunicación hablada*, 96-97.

49 Yang, "Homiletical aesthetics", 369.

2.2.1. Un predicador genuino y confiable. La persona del predicador es más importante que la técnica.⁵⁰ Mostrarse tal cual es, con fortalezas y debilidades, facilita la transmisión del mensaje ya que hace ver al predicador más genuino y por lo tanto el auditorio podrá confiar con mayor facilidad en el mensaje transmitido por este.⁵¹

Díaz, hablando de la argumentación, menciona el tema de la persuasión, que tiene que ver con la persona que comunica. En uno de sus acápites, Díaz menciona que

para Aristóteles, el *ethos*⁵² es uno de los más poderosos instrumentos de persuasión [...] Las investigaciones actuales sobre persuasión coinciden en que la credibilidad de la fuente podría ser el principal elemento —y tal vez el único— del que depende el éxito de una argumentación.⁵³

Aunque Díaz habla de la argumentación en general, su planteamiento es transversal y se aplica también a la predicación.

2.2.2. Un predicador que ama a Dios. La disposición para saber qué estrategias usar en el sermón viene por el carácter devoto del predicador hacia Dios.⁵⁴ Este carácter es el de amar a Dios. Esta actitud del predicador es la que permite que el predicador lleve al auditorio a amar a Dios como él mismo lo hace. En este sentido, la oración, la moral y la

50 Yang, “Homiletical aesthetics”, 365. El autor hace una crítica sobre la forma en que se ha enseñado la homilética y se ha formado a los predicadores. Según él, se ha enfatizado en el qué y el cómo, que siguen siendo esenciales, pero se ha descuidado lo primordial: el “quién”. Yang defiende el *quien*, proponiéndolo como clave para el éxito a la hora de comunicar efectivamente la predicación. Es del predicador de quien depende la amplitud y profundidad exegética (el entendimiento del mensaje bíblico), homilética (la manera de transmitir el mensaje bíblico), teológica (la comunicación primaria del ser y del mensaje de Dios para su pueblo) y espiritual (la manera de vivir el mensaje bíblico); Stott, *La predicación*, 258; Mason Lee, “From Technique to Character: Preaching in Globalized World”, *Restoration Quarterly* 60, n°1 (2018): 9-28, <http://ezproxy.biola.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=rft&AN=ATLAI80226000229&login.asp&site=ehost-live>.

51 Stott, *La predicación*, 255-259; Yang, “Homiletical aesthetics”, 369; Hendricks, *Enseñando para cambiar vidas*, 83; González, *Habilidades de la comunicación hablada*, 94-104.

52 Lo referente al *ethos* es mencionado por varios autores: Álvaro Díaz, *La argumentación escrita* (Medellín: Universidad de Antioquia, 2009), 71. Hendricks, *Enseñando para cambiar vidas*, 96. Yang, “Homiletical aesthetics”, 376. En todas las menciones de estos diferentes autores el contexto siempre es la persona y su carácter.

53 Díaz, *La argumentación escrita*, 71.

54 Mason, “From Technique to Character”, 15-16.

adoración son las evidencias del amor que el predicador muestra por Dios.⁵⁵ Es el encuentro del predicador con el texto bíblico, que al transformarlo le da el carácter que necesita para transformar a otros.⁵⁶ En esta misma dirección, Eric, citando a Owen, afirma: “Un hombre predica bien un sermón a otros únicamente si se lo predica a sí mismo en su propia alma.”⁵⁷ Y el mismo Eric dice: “Si la Palabra no llega con poder [al predicador], no pasará con poder [del predicador].”⁵⁸

2.3. La relación entre las técnicas de comunicación eficaz y la predicación.

Después de considerar que tanto el auditorio como el predicador son determinantes a la hora de comunicar (asuntos tratados en las secciones anteriores), a continuación se considerarán tres aspectos que tienen que ver con las técnicas de comunicación que contribuyen de manera significativa con la eficacia de la predicación. Estos tres aspectos son la idea principal, la selección de palabras y el lenguaje no verbal. Antes de continuar con el desarrollo de estos aspectos según los autores consultados, es necesario aclarar que estas técnicas son indispensables para una comunicación que, con el fin de ser eficaz, debe ser clara, asequible y convincente. Estos aspectos que se acaban de mencionar posibilitan que el contenido de lo que se comunica sea más asimilable y llegue con mucho más impacto a quien escucha.

2.3.1 Idea principal. El primer aspecto a tener en cuenta como técnica sobresaliente es la idea principal dominante. Mantener una idea principal dominante durante todo el sermón es clave para la comunicación efectiva ya que enfatiza el tema principal del pasaje

55 Mason, “From Technique to Character”, 17, 26-28.

56 Yang, “Homiletical aesthetics”, 370-375.

57 John Owen, *Works*, vol. 16:76, (s.l: s.f.), (non vidi). Citado en Eric Alexander, *¿Qué caracteriza a la predicación bíblica?* (La Paz: Lámpara, 2010), 53.

58 Alexander, *¿Qué caracteriza la predicación bíblica?*, 54.

bíblico y facilita la concentración y asimilación del auditorio. Según Robinson, un sermón no fracasa por tener muchas ideas, sino porque esas ideas no tienen relación entre sí. En un sermón puede haber muchas ideas, pero estas deben estar conectadas con una idea dominante y principal que se está desarrollando a lo largo del sermón.⁵⁹ La idea central proporciona claridad y contundencia al sermón, además ayuda a que el auditorio recuerde lo primordial.⁶⁰ La idea principal se convierte entonces en un elemento clave para ser eficaz en la comunicación ya que ayuda a unificar y agrupar las ideas que van en el sermón, en una unidad concreta.⁶¹

2.3.2. Selección de palabras. En el proceso de elaboración del sermón, el predicador tendrá que seleccionar el material que utilizará en la comunicación de su predicación. En dicho proceso el predicador tendrá que seleccionar muy bien qué material va a incluir y qué material va a descartar para preparar su sermón.⁶² Esta selección de palabras claves se debe hacer pensando en la argumentación que nace de la idea central.⁶³ Stott, al respecto, habla de usar palabras adecuadas que no causen malentendidos y que procuren la verdad.⁶⁴ Escoger bien las palabras que se van a decir permite al predicador ser tanto breve como profundo, como lo expresa Anderson: “En la predicación el viejo adagio es cierto: menos es más.”⁶⁵ Así las cosas, la selección de las palabras que serán parte de la idea central, o que estarán en la aplicación o en las frases relevantes, se convierte en un

59 Robinson, *La predicación bíblica*, 33-34.

60 Stott, *La predicación*, 220.

61 Robinson, *La predicación bíblica*, 36-37.

62 Willhite, *Predicando con relevancia*, 36.

63 Willhite, *Predicando con relevancia*, 36-37.

64 Stott, *La predicación*, 226.

65 Kenton Anderson, *Predicar es una decisión: una introducción descriptiva de homilética bíblica* (Miami, FL: Vida, 2010), 92.

elemento clave para la eficacia en la comunicación. Conseguir las palabras precisas puede ser el trabajo más duro del predicador, pero al mismo tiempo es el más fructífero.⁶⁶

2.3.3. Lenguaje no verbal. Por último, el uso del lenguaje no verbal, como lo expresa Robinson, “posee una importancia estratégica en la exposición pública”⁶⁷, por tanto es necesario considerar dicha importancia en la eficacia de la predicación. Si la eficacia de la predicación consiste en generar un cambio o transformación en el auditorio, se debe usar entonces todo lo que esté al alcance del predicador para lograr esto. Parte de los recursos que el predicador tiene es su lenguaje no verbal. Lo primero que el predicador debe saber al respecto es que el lenguaje no verbal es importante. Robinson dice al respecto que “los elementos no verbales comunican mejor las emociones y las actitudes.”⁶⁸

Dentro de lo que se considera como lenguaje no verbal están los gestos, la forma de pararse, las expresiones faciales, el espacio entre el auditorio y el expositor, el movimiento de las manos, la mirada, entre otras.⁶⁹ Ser consciente de que estos elementos también comunican permite al predicador ser coherente con el contenido de lo que vocaliza. Esto es así porque es posible que el lenguaje no verbal contradiga el lenguaje verbal. Por ejemplo, si se está hablando de algo triste, pero se manifiesta una expresión de alegría, esto sería un mensaje contradictorio y confuso. El lenguaje no verbal puede contradecir o reforzar lo que está diciendo.⁷⁰ Actuar con naturalidad en el lenguaje no verbal requiere esfuerzo y disciplina. Ser consciente de ello no quiere decir que el predicador se deba volver un actor,

66 Robinson, *La predicación bíblica*, 35.

67 Robinson, *La predicación bíblica*, 197.

68 Robinson, *La predicación bíblica*, 197.

69 Robinson, *La predicación bíblica*, 197.

70 Robinson, *La predicación bíblica*, 198.

pero sí quiere decir que hay una manera adecuada de usar el lenguaje no verbal y hay otra que no es tan adecuada ni efectiva.⁷¹

En conclusión, el predicador que logra ser eficaz en su comunicación del sermón es aquel que, consciente de las características de su auditorio, las tuvo en cuenta a la hora de articular su sermón, transmitió credibilidad y verdad a través de su carácter y personalidad, y usó adecuadamente las técnicas de comunicación tales como la idea principal dominante, la selección de palabras y el uso consciente del lenguaje no verbal, todo esto con el fin de que el mensaje que viene del texto bíblico pueda edificar a las personas que lo escuchan.

3. Diseño metodológico

La pregunta central que orientó esta investigación fue: ¿Qué estrategias de comunicación han sido eficaces para la edificación de los oyentes, en la predicación de sermones en Colombia, realizadas por coordinadores de escuelitas de predicación?

Esta investigación tuvo un enfoque cualitativo, ya que se concentró en comprender un fenómeno social desde la perspectiva de los entrevistados, quienes han vivido y experimentado en la predicación las estrategias que les han sido eficaces para la edificación de los que escuchan. Con base en lo que se encontró en el estudio bibliográfico de las estrategias para que la predicación edifique a los oyentes, se creó una entrevista de diez preguntas con el fin de entrevistar a los coordinadores de escuelitas de predicación.⁷² Dicha entrevista se dividió en tres partes: dos de las diez preguntas se dispusieron para la introducción, siete para averiguar sobre las estrategias utilizadas por los entrevistados, y finalmente una pregunta de cierre. Las siete preguntas utilizadas para obtener la

⁷¹ Robinson, *La predicación bíblica*, 200.

⁷² El término “escuelitas” es utilizado así intencionalmente por los fundadores de estos movimientos de formación de expositores bíblicos con el fin de representar su filosofía que consiste en ser aprendices que nunca se gradúan en el arte y ministerio de la predicación.

información sobre las estrategias indagaron sobre el auditorio, el predicador, la organización del sermón y algo que ellos quisieran agregar al tema de la eficacia.

Las ocho preguntas a responder en cuanto las estrategias utilizadas por los entrevistados fueron las siguientes:

1) Desde su experiencia como predicador/a ¿cómo identifica usted las características del auditorio que luego tendrá en cuenta para incluir en el sermón?

2) Desde su experiencia, ¿qué elementos incorpora en su sermón para conectarse con los sentimientos y pensamientos del auditorio, de tal manera que asegure la edificación de sus oyentes?

3) Desde su experiencia, ¿cómo tiene en cuenta la mentalidad posmoderna de su auditorio al predicar, de tal manera que asegure la edificación del mismo?

4) Desde su experiencia, ¿qué aspectos del carácter del predicador, han sido importantes para la edificación del auditorio?

5) Según su experiencia como predicador/a ¿qué aspectos de forma como el lenguaje del predicador, la voz, la mirada, la expresión corporal, el vestido, lo primero que dice, entre otros, considera que es clave para lograr la edificación del auditorio?

6) Según su experiencia, ¿qué se asegura de que no falte en la organización de su sermón, de tal manera que le permita ser más eficaz para comunicar?

7) Según su experiencia, ¿qué asuntos en la organización del sermón o en la presentación del mismo, debe evitar el predicador para lograr una comunicación más efectiva?

8) Según su larga experiencia como predicador/a ¿cuándo considera usted que un sermón que ha predicado ha sido eficaz para la edificación del auditorio?

Las personas que fueron entrevistadas, en su mayoría pastores, son fundadores de escuelitas de predicación. Estas escuelitas fueron comenzadas por Jorge Atiencia, y después de algunos años se unieron a Langham,⁷³ un programa de formación de expositores bíblicos fundado por el Reverendo Jhon Stott. El objetivo de estas escuelitas es equipar una nueva generación de expositores bíblicos que sean fieles al texto bíblico, relevantes para el auditorio actual y claros a la hora de transmitir el mensaje. Estos tres elementos han sido la filosofía y columna vertebral del trabajo de formación de expositores bíblicos a través de la experiencia de escuelitas de predicación. Los procesos de formación han tenido una duración entre tres y cuatro años, donde los participantes asisten a un encuentro nacional cada año y se comprometen a reunirse en un grupo más pequeño durante los tres o cuatro años de formación. Todo esto con el propósito de aprender a ser fieles al texto bíblico, relevantes al auditorio y claros en la comunicación del mensaje.

Se decidió aplicar la entrevista a estas personas porque tienen una larga experiencia como predicadores y como personas que han reflexionado seriamente sobre el tema de la predicación. Sus opiniones no son ligeras ni superficiales, tienen una profundidad lograda por los desaciertos y aciertos de años de práctica en el desafiante ministerio de la predicación. Todos los participantes tienen más de veinte años en el ejercicio de la predicación, algunos de ellos superando los treinta años. No solo han sido predicadores por largos años, sino que han participado activamente en la formación de otros predicadores a través de las escuelitas de predicación. Al estar involucrados también en la labor pastoral esto les ha permitido experimentar el desafío de predicar a públicos mixtos cada domingo.

73 Esta palabra se refiere al nombre de la calle donde se ubicaba la iglesia que pastoreaba el Reverendo John Stott. Las escuelitas se llaman así por decisión del mismo Stott, cuando le preguntaron cómo quería que se llamara dicho programa de formación de expositores bíblicos.

La mayoría de ellos cuenta con una larga experiencia en predicar en auditorios diferentes, en ciudades diferentes del país. Todo esto hace que su conocimiento del texto bíblico y de las realidades comunes de los auditorios en el territorio colombiano les permita hacer un aporte de alto valor con respecto al tema de la predicación que edifica a los oyentes.

Para esta investigación se entrevistó a tres mujeres: Mercedes Quintero, Cristina Orrego y Gail de Atiencia, y a seis hombres: Jorge Atiencia, Dionisio Orjuela, Diego Cardona, Luis Miguel Huertas, Joaquín Villena y Luis Eduardo Ramírez. Dichas personas se escogieron para ser entrevistados ya que por su experiencia, formación y conocimiento en la predicación bíblica en Colombia podían hacer un aporte valioso para contestar la pregunta que orienta esta investigación.

Antes de contactar a los entrevistados y proceder con las entrevistas, se elaboró una solicitud de aprobación al Comité de Investigación de la Fundación Universitaria Seminario Bíblico de Colombia con el fin de que se aprobara el instrumento de investigación. Dicha solicitud fue aprobada por el Comité de Investigación antes del evento de Predicación Transformadora realizado en septiembre de 2018. Con esta aprobación se procedió al contacto con los participantes y posteriormente con las entrevistas.

Previo a la entrevista, los participantes fueron contactados, en su mayoría, en el evento de Predicación Transformadora del año 2018, en la Fundación Universitaria Seminario Bíblico de Colombia. Algunas de estas entrevistas se realizaron durante el evento, y las demás durante las dos semanas siguientes. En el contacto inicial se les explicó el proyecto de investigación brevemente y se les pidió el favor de participar en la entrevista. Luego se les pidió correo electrónico y teléfono para concretar el momento de la entrevista.

Posteriormente se les solicitó que leyeran y firmaran el consentimiento informado donde autorizaban el uso de su nombre en la investigación.⁷⁴

Los primeros participantes contactados fueron Luis Eduardo Ramírez y Mercedes Quintero, una semana antes del evento de Predicación Transformadora, el día martes 4 de septiembre, y ambos manifestaron que preferían presentar la entrevista después del evento de Predicación Transformadora. En el caso del pastor Diego Cardona, que también fue contactado el día martes 28 de agosto del 2018, prefirió presentar la entrevista después del evento de Predicación Transformadora. Así mismo Manuel Reaño, que fue contactado el 11 de septiembre, optó por responder a la entrevista después del evento.

Posteriormente fue contactado el pastor Dionisio Orjuela. Con este participante se hizo contacto el día 9 de septiembre. Ese domingo antes de iniciar el evento, en la reunión de coordinación de las responsabilidades de la semana para el equipo, se llegó al acuerdo de hacer la entrevista con él el día jueves 13 de septiembre al finalizar el evento en las horas de la tarde. En esa misma reunión se contactó a Jorge Atiencia, su esposa Gail y Luis Miguel Huertas. Con Jorge Atiencia se acordó que se le haría la entrevista el día sábado 15 de septiembre en las horas de la mañana. Con Gail de Atiencia se acordó hacer la entrevista el día jueves 13 de septiembre en las horas de la tarde. Con el pastor Luis Miguel Huertas se acordó llevar a cabo la entrevista el día 13 de septiembre en horas de la noche. El pastor Joaquín Villena y Cristina Orrego fueron contactados el día lunes 10 de septiembre durante el evento de Predicación Transformadora en el receso de la mañana, se les habló de la

⁷⁴ Ver el Anexo B. Allí se encuentra el consentimiento tal cual fue presentado a cada uno de los entrevistados para luego proceder a su correspondiente autorización y firma.

entrevista y estuvieron de acuerdo en presentar la entrevista el día miércoles 12 de septiembre de 2018.

Luego de contactar a los participantes, la mayoría de las entrevistas tuvieron lugar durante el evento de Predicación Transformadora, y las últimas tres posteriormente. Las entrevistas fueron realizadas según el protocolo a excepción de Joaquín Villena, quien dio una entrevista más corta ya que tenía un compromiso. Las entrevistas tuvieron un promedio de tiempo de media hora, aunque en el caso de Jorge Atencia y Diego Cardona duró más de una hora. Las entrevistas fueron realizadas en las instalaciones de la Fundación Universitaria Seminario Bíblico de Colombia, a excepción del pastor Diego Cardona, cuya entrevista se realizó en la sede de su iglesia. Tres de las entrevistas se realizaron una semana después de Predicación Transformadora y se realizaron según lo presupuestado sin ningún contratiempo.

Además de las entrevistas que se pudieron realizar, se tenía planeado hacer tres entrevistas adicionales (con Ángel Encinales, Rubén Darío Ramírez y Manuel Reaño), las cuales no se concretaron por diferentes motivos. Se hicieron varios esfuerzos de contactar a estos entrevistados, pero al final, diferentes circunstancias impidieron la realización de las entrevistas.

La información que aportaron los entrevistados fue grabada en audio a través de un computador y una grabadora de mano. Posteriormente se transcribió el contenido de estas grabaciones resaltando lo más sobresaliente y pertinente a la pregunta de investigación. Se recopilaron citas directas de frases sobresalientes de los entrevistados y luego se recopiló toda la información que daba respuesta a la pregunta de investigación agrupando en secciones las respuestas.

4. Resultados

Los entrevistados, al contestar cada una de las preguntas propuestas en el instrumento de investigación dieron respuesta a la pregunta central de la investigación que es: ¿Qué estrategias de comunicación han sido eficaces para la edificación de los oyentes, en la predicación de sermones en Colombia, realizadas por coordinadores de escuelitas de predicación? A continuación se mostrarán los resultados de las entrevistas realizadas a nueve fundadores y coordinadores de las escuelitas de predicación. Estos resultados son lo más relevante que los participantes aportaron desde su experiencia y conocimiento en el tema de la predicación y la eficacia a la hora de comunicar el mensaje.

En primer lugar, varios de los entrevistados estuvieron de acuerdo al afirmar que la eficacia de un sermón es medible solo hasta el punto de ver algún efecto de cambio en el auditorio, y esperan que la efectividad sea aquella que moviliza al auditorio a hacer algo. Si la predicación no produce transformación, no produce cambio, no es eficaz.⁷⁵ En otras palabras, la eficacia es medible por la transformación que ocurre en el auditorio, la cual se evidencia en sus nuevas o renovadas actitudes y prácticas. Cuando la gente sale con algo para hacer,⁷⁶ y sienten que su ser ha sido impactado de tal modo que los moviliza a la obediencia.⁷⁷ Esto es lo que en general los entrevistados entienden sobre eficacia en cuanto a la predicación.

⁷⁵ Dionisio Orjuela (pastor de la iglesia Shalom en Ibagué y líder regional de Langham para Colombia Centro América y el Caribe), en conversación con Samuel Sánchez, 14 de septiembre de 2018, Medellín, Colombia.

⁷⁶ Mercedes Quintero (pastora y facilitadora en Langham), en conversación con Samuel Sánchez, 19 de septiembre de 2018, Medellín, Colombia.

⁷⁷ Luis Eduardo Ramírez (Vicerrector Académico y Decano de la Fundación Universitaria Seminario Bíblico de Colombia), en conversación con Samuel Sánchez, 26 de septiembre de 2018, Medellín, Colombia.

Dicho esto, hay varias estrategias contenidas dentro y fuera de la predicación que la hacen efectiva a la hora de lograr la edificación del auditorio. Las estrategias, de acuerdo con la opinión de los entrevistados, se pueden entender bajo tres grandes temas: el texto bíblico en conexión con el auditorio, el predicador en conexión con su sermón y la organización de la predicación. Todos los entrevistados coincidieron que estos tres elementos mencionados son de vital importancia cuando se busca comunicar efectivamente un sermón; es decir, la fidelidad al texto, la relevancia al contexto y la claridad en el sermón en la manera como se organiza y en el uso del lenguaje verbal y no verbal que utiliza son fundamentales para la eficacia en la comunicación.

Antes de entrar en detalle sobre lo que se dijo al respecto de cada uno de estos tres grandes elementos, se dará una breve descripción general de cada uno de ellos. De esta manera se tendrá un panorama general de lo que enfatizaron los participantes en sus respuestas frente a la pregunta de investigación.

En cuanto al primer elemento, que el texto bíblico se conecte con el auditorio quiere decir que el texto mismo ayuda a conectar la realidad del auditorio de hoy con la verdad central que se predica de dicho texto. Este aspecto, para los entrevistados, aunque tiene el texto como protagonista principal, no se refiere tanto al asunto exegético, sino a la relevancia que este pueda tener si el predicador es capaz de conectarlo con el auditorio de manera significativa, pero fiel al texto bíblico.

En cuanto al segundo elemento, el carácter del predicador tiene que ver con la importancia del predicador como mensajero, el cual ha de tener una conexión profunda, significativa y ejemplar con el texto que va a predicar. Este aspecto del predicador para

muchos de los entrevistados hace parte de la relevancia que pueda tener un sermón, ya que hay factores en el predicador que hacen que el texto sea vivo para la realidad del auditorio.

La organización del sermón como tercer elemento juega un papel clave ya que, si se aplica correctamente, facilita la manera en que el auditorio recibe el mensaje que se le comunica. En esta parte, también se incluyen algunos elementos de la comunicación verbal y no verbal, que se estarán desarrollando debidamente más adelante en este documento junto con los dos elementos anteriores ya mencionados.

Ahora es preciso hablar en detalle de lo que los entrevistados opinaron respecto a estos tres elementos que consideraron fundamentales para la comunicación efectiva de la predicación.

4.1. El texto en conexión con el auditorio: respuestas de los entrevistados. El primer elemento que resaltaron los entrevistados es la conexión del texto con el auditorio como algo fundamental para la comunicación efectiva de la predicación. El texto bíblico por sí solo brinda pautas para entender la realidad que vive el auditorio al que el predicador se dirige. Por tanto, cuando se puede conectar el texto bíblico con la realidad del auditorio, la efectividad de la predicación, que es la edificación del auditorio, se alcanzará con mayor éxito. A continuación se presenta la consideración de los entrevistados frente a este elemento y las razones por las que le dan tanta importancia a la hora de comunicarse efectivamente en la predicación.

4.1.1. El texto dibuja al auditorio. Conectar al auditorio desde el texto se convierte en una estrategia para comunicar de manera eficaz pues el texto tiene la capacidad de *dibujar* el auditorio al cual va dirigido el sermón. Así lo ve Jorge Atiencia:

Somos el auditorio que el mismo texto dibuja [...] el texto tiene esta capacidad de captar el auditorio original y todos los auditorios después [...] muchas veces el texto dice cosas del auditorio que ni la sociología, ni la economía, ni la filosofía, ni la colombianidad, ni el conocimiento que tengo del otro individuo dicen [...] el texto conoce más de lo que yo conozco.⁷⁸

Decir que el texto conoce más de lo que el predicador conoce implica, para el predicador, ser consciente de que el texto fue dirigido a un primer auditorio que tenía unas realidades que muy posiblemente se conectan con las realidades del auditorio actual. En otras palabras, el predicador puede captar mucho de su auditorio actual dentro del mismo texto que estudia, incluso antes de analizar las circunstancias y realidades que rodean el auditorio al que se le va a predicar.

Para Atiencia, es una práctica establecida al estudiar el texto preguntarse: *Este texto, ¿qué tipo de auditorio está asumiendo?* Con esto en mente, trata de identificar pistas dentro del mismo texto que le permiten conectar con el auditorio. Por ejemplo: “Pero tengo *esto* contra ti” (Ap 2:4, LBLA). Esto que Dios mismo le dice a los efesios conecta muy bien con cualquier auditorio en particular, ya que siempre habrá algo que confrontar de un auditorio.⁷⁹

No obstante, decir que el texto conoce más que el mismo predicador no evita que este deba conocer a su auditorio y que sea útil conocerlo. Se debe tener en cuenta que el predicador tendrá que conocer la realidad de su propio auditorio con el fin de que pueda identificar cuando el texto se conecta de manera pertinente con este. No está demás decir,

⁷⁸ Jorge Atiencia, (líder laico de la iglesia anglicana), en conversación con Samuel Sánchez, 15 de septiembre de 2018, Medellín, Colombia.

⁷⁹ Atiencia, entrevista.

como lo expresó Joaquín Villena, que esta tarea se debe hacer no solo observando el texto y el auditorio, sino en una meditación silenciosa, detenida y en oración.⁸⁰

4.1.2. El texto conecta con el auditorio por medio de palabras clave. El texto, como se ha mencionado anteriormente, contiene realidades del auditorio que el predicador puede descubrir primero. Este descubrimiento se logra al identificar una palabra o una frase en el texto que describe cierta realidad del auditorio. Es en este momento cuando el predicador puede considerar la realidad de su propio auditorio y pensar en una posible y legítima conexión. Mercedes Quintero, una de las entrevistadas, afirma que “el texto en las contextualizaciones, siempre le da a uno la guía de cómo conectar con la necesidad de la gente”.⁸¹ Esta conexión entre el texto y el auditorio se da cuando el predicador, a través de una frase o palabra clave que viene del texto, logra señalar una dimensión de la vida real del auditorio.

Cuando el predicador es consciente de que puede encontrar estas palabras clave en el texto, el texto mismo se constituye en una de las estrategias comunicativas más eficaces en la comunicación de sermones. Gail Taylor de Atencia dice al respecto: “Trato de buscar una palabra en el texto mismo que me suena a un dicho local o a un sentimiento que he percibido en las personas y enfatizarlo con dichos o ejemplos más familiar al auditorio”.⁸² Por lo general, para esta entrevistada y para otros, como Atencia y Dionisio Orjuela, hay una palabra del texto que los atrapa y les hace pensar en realidades del auditorio.⁸³

80 Joaquín Villena (pastor de la iglesia Confraternidad en Bogotá), en conversación con Samuel Sánchez, 12 de septiembre de 2018, Medellín, Colombia.

81 Quintero, entrevista.

82 Gail Taylor de Atencia (expositora) en conversación con Samuel Sanchez, 13 de septiembre de 2018, Medellín, Colombia.

83 Atencia, entrevista; Orjuela, entrevista.

El texto siempre tiene cómo conectar con el auditorio. Muchas veces, comenta Atiencia, siente que el texto lo atrapa en una palabra. Con esa palabra el Señor empieza a hacerle entender con el texto y la oración cómo se conecta con el auditorio al que le va a predicar. Esto es tan efectivo que aun si no se conoce el auditorio al que se le va a predicar, el texto de alguna manera tiene cómo conectar con él, pues Dios sí lo conoce y lo puede conectar con su Palabra.⁸⁴

En el momento en que un auditorio puede percibir lo cercano, familiar y real que puede ser una expresión o palabra utilizada por el predicador, el texto brilla para él y se le hace más digerible e interesante. Los entrevistados concuerdan en que si hay una palabra que describe tanto el texto como la realidad del auditorio al que se le predica, esto es garantía de una comprensión y atención mayor al mensaje.⁸⁵

Tener en cuenta las palabras conectivas entre texto y auditorio implica, para la predicación, tener que ubicar intencionalmente estas palabras dentro del contenido del sermón, de manera que puedan enfatizarse en la comunicación del mismo. Implica también tener un conocimiento adecuado de las circunstancias del auditorio y su cosmovisión para facilitar así conexiones que, con solo mencionarlas, se entienda fácilmente su significado y su relevancia. Esto implica lógicamente que habrá una cantidad de palabras y expresiones que no conectarían todas de la misma forma. Depende de la situación del auditorio y de su imaginario el hecho de que una conexión llegue a ser efectiva. Por supuesto, esto es tarea exclusiva de quien tiene el deber de exponer el texto bíblico a un auditorio en particular.

84 Atiencia, entrevista.

85 Atiencia, entrevista; Villena, entrevista; Quintero, entrevista; Taylor, entrevista; Orjuela, entrevista.

Tomando en cuenta lo dicho anteriormente, para conectar con el auditorio desde el texto se necesitan por lo menos tres componentes: primero, que el predicador tenga la convicción de que el texto es lo suficientemente capaz de contener realidades de su auditorio; segundo, que el predicador tenga claras cuáles son las realidades de su auditorio de tal manera que sepa cuándo hay conexiones relevantes desde el texto para este; y tercero, que el predicador tenga que elegir la palabra clave que viene desde el texto, la cual le permita abrir una ventana hacia su auditorio para conectar con sus realidades de manera pertinente.

Adicional a esto, es necesario aclarar que para partir del presupuesto de que el texto conoce más que el mismo predicador, se ha de tener un alto concepto del texto bíblico. No es posible poner en práctica este principio estratégico para la comunicación de sermones si se considera que el auditorio al que se le predica es el que determina qué y cómo se le comunica la verdad de Dios. Es necesario considerar al texto bíblico, y a la Biblia completa en su totalidad, como palabra inspirada y revelada por Dios de tal manera que el predicador tenga la clara y firme convicción de que podrá anticipar las realidades de un determinado auditorio.

Si se considera a toda la Biblia como inspirada y revelada por Dios, entonces se debe aceptar que el texto bíblico tiene información más relevante sobre el auditorio que el que el predicador mismo pueda saber. Así las cosas, no se está negando la importancia de conocer las realidades propias del auditorio actual, sino que se afirma cómo estas realidades pueden ser confrontadas, afirmadas, y direccionadas desde el texto bíblico.

4.1.3. La transmisión del texto y las características del auditorio. Conocer las características del auditorio permite que se puedan hacer mejores conexiones entre el texto

y el auditorio actual. Todos los entrevistados concordaron en que es determinante para ser efectivos en la comunicación de los sermones saber qué está viendo el auditorio en la televisión y la internet, qué lee, qué hace, qué presuposiciones tiene, cuáles de las tendencias marcadas por su entorno y su cultura sigue, cuáles son sus problemáticas familiares, entre otras. Para Atiencia, tener en cuenta el ambiente cultural ayuda a buscar palabras y verdades en el texto que sean más relevantes para el auditorio.⁸⁶

Para Villena, conocer las características del auditorio ayuda a tener mejor manejo del tiempo en la predicación. Por ejemplo: el predicador tendrá que considerar que la gente de hoy atiende y escucha menos. Este entrevistado considera que la gente de hoy es mucho menos dada a escuchar los discursos, es más visual que auditiva. Con esto considera que el predicador debe aprovechar estos rasgos del auditorio para adaptarse de cierta manera y ser más efectivo.⁸⁷

Orjuela describe el ambiente cultural como lleno de promiscuidad, con un auge de homosexualismo, lesbianismo, búsqueda del hedonismo, del placer, y la prioridad de la apariencia sobre el ser. Estas características ayudan, según este entrevistado, a considerar las aplicaciones e ilustraciones que, impulsadas por el texto, se pueden conectar con el auditorio trayendo confrontación, consuelo y esperanza.⁸⁸

4.1.4. El texto tiene como objetivo formar una mentalidad cristiana en el auditorio. Dado que el auditorio tiene tantas realidades que vive y tiene que decidir enfrentar, la formación de una mentalidad cristiana es uno de los objetivos primordiales que debería tener la predicación. Atiencia sostiene que en el sermón se requiere de un objetivo

86 Atiencia, entrevista.

87 Villena, entrevista.

88 Orjuela, entrevista.

que permita confrontar, corregir y formar una mentalidad cristiana.⁸⁹ Esto se dijo pensando en que el propósito de la Biblia es bien claro, ya que ella misma dice para qué es: para enseñar, redargüir, corregir e instruir (2 Ti 3:16). Este elemento de formación está estrechamente ligado con la edificación del auditorio.

Formar una mente cristiana consiste en ayudar al auditorio a discernir. El discernimiento es uno de los asuntos más importantes que provee una predicación efectiva. En otras palabras, la predicación efectiva es aquella que lleva al auditorio a discernir y tomar una decisión relativa al mensaje. No consiste solo en llenar las mentes de información, sino en proporcionar a las mentes formación, es decir, formar una mente que aprenda a discernir bíblicamente entre las opciones que se le presentan.

Otro de los entrevistados, Diego Cardona, se refirió a esto mismo no como formar una mentalidad cristiana, sino como construir una cosmovisión cristiana.⁹⁰ Dicha cosmovisión tiene que ver con lo mismo de la mentalidad cristiana, pero este agregó lo que quizá sea uno de los ejemplos de cómo formar cosmovisión cristiana. Cardona afirmó que esta cosmovisión debe ser una donde el ser humano no sea el centro y se promueva más lo comunitario, confrontando así la tendencia individualista que poseen los auditorios contemporáneos.

Así pues, para los entrevistados, la conexión del texto con el auditorio es sumamente importante porque el texto (1) presenta la realidad del auditorio que debe ser confrontada, (2) permite engancharse con el auditorio por medio de palabras clave, (3) parte de la comprensión de que el texto, como inspiración divina, tiene el poder de transformar la

⁸⁹ Atiencia, entrevista.

⁹⁰ Diego Cardona (pastor de la iglesia El Redil del Estadio en Medellín), en conversación con Samuel Sánchez, 18 de septiembre de 2018, Medellín, Colombia.

mentalidad del auditorio, (4) ayuda a comprender las características que tiene el auditorio para saber cuál es la mejor manera de aproximarse a él y (5) tiene un carácter formativo que lleva al auditorio a actuar luego de haber escuchado la predicación. A continuación se considerará lo correspondiente a la vida del predicador en relación con el texto bíblico.

4.2. La vida del predicador: respuestas de los entrevistados. El segundo elemento es la vida misma del predicador como algo fundamental para la comunicación efectiva de la predicación. El predicador es determinante en la comunicación eficaz ya que la gente de hoy se fija mucho en el mensajero y no solo en el mensaje. La conexión que el predicador tenga con el auditorio se va a reforzar y a vitalizar en tanto el auditorio vea en quien predica una conexión profunda y viva con el texto que predica. A continuación se presentan las respuestas de los entrevistados respecto a este elemento y las razones que dan para dotarlo de una importancia preponderante a la hora comunicar eficazmente.

4.2.1. La autoridad del predicador comunica efectivamente. Para Luis Eduardo Ramírez, la autoridad no reside en la *forma* en que se comunica sino en la *persona* que comunica. Este entrevistado lo ve así porque considera que el mensaje viene a través del mensajero, por lo tanto, mensaje y mensajero van unidos.⁹¹ Si el mensaje se ha comunicado debidamente por el mensajero, vendrá con mayor propiedad a las personas que lo escuchan. Orjuela, por su parte, y hablando sobre la autoridad del predicador, piensa que este debe estar en condiciones de decir: “Imítenme a mí en lo que estoy diciendo”.⁹² Este entrevistado asume que el predicador ha de estar comprometido totalmente con el mensaje que va a predicar. En otras palabras, el predicador debe tener el anhelo de ser uno con el mensaje

⁹¹ Ramírez, 26 de septiembre de 2018.

⁹² Orjuela, 14 de septiembre de 2018.

que predica, no debe estar a gusto con que el mensaje vaya por un lado y él por otro. Si le importa ser efectivo, tendrá que saber que debe luchar por ser un ejemplo vivo de su mensaje.

Cristina Orrego, al respecto de la importancia del predicador en la efectividad del sermón, dice que el sermón es eficaz si se puede encarnar.⁹³ Orrego afirma esto pensando en el predicador como tal. Encarnar el mensaje, para ella, tiene que ver con que el mensaje encontrado en el texto primero haya confrontado la vida del predicador, y haya modificado incluso cuestiones internas en él. De esta manera el predicador, cuando dé su mensaje a un auditorio en particular, no estará solo dando un mensaje que puede parecer distante tanto para él como para el auditorio, sino que estará dando su propia experiencia con el texto y con el Señor del texto. En algunas ocasiones, el predicador tendrá que reconocer su vergüenza por no estar a la altura de lo que el texto dice y demanda. Esta es una forma de mostrar la vivencia con el texto y cómo este ha pasado por la vida del predicador, no solo por su análisis mental. De esta manera el predicador asegura que no lleva solo un mensaje, sino que él mismo ya hace parte del mensaje. Todo esto es lo que para Orrego significa encarnar el mensaje.

4.2.2. La vulnerabilidad del predicador comunica efectivamente. El predicador ha de mostrarse vulnerable si quiere ser efectivo en su mensaje. Taylor de Atiencia afirmó en la entrevista que es necesario que el predicador

sepa comunicar, sin desnudarse, su vulnerabilidad y fallas y hasta pecados, pero en un contexto de esperanza, mostrando que es una obra en proceso, con un deseo de parecerse a Jesús cada vez más [...] vulnerabilidad que no es exhibicionismo.⁹⁴

⁹³ Cristina Orrego (pastora), en conversación con Samuel Sánchez, 12 de septiembre de 2018.

⁹⁴ Taylor, 13 de septiembre de 2018.

La entrevistada se refiere con esta afirmación a que la vulnerabilidad del predicador en un contexto de esperanza se entiende en el sentido de que, aunque todavía tenga ciertas luchas, el predicador conserva la esperanza de que el Señor terminará su obra en él a través de su gracia infinita.

Para Taylor de Atiencia, ser vulnerable no es lo mismo que exhibirse o desnudarse. El predicador debe tener cuidado de no mostrarse de manera indecente y exagerada al ser vulnerable, ya que no se pretende poner toda la atención sobre sí mismo, sino en exaltar la grandeza de Dios y la bajeza del ser humano. Es vulnerable para mostrarse ante la congregación como alguien que se identifica con las mismas luchas, y con esto se logra más transparencia y claridad en cuanto a la verdad de Dios y la condición del ser humano. Exhibirse, por el contrario, es decir demasiado de uno mismo, es centrarse en aquello que no es primordial en el sermón. Desnudarse desvía la atención requerida para el texto y la ubica en aquello que puede confundir y molestar la mente del auditorio.⁹⁵

Así, la vulnerabilidad es aquella que brevemente, sin muchos detalles y con humildad comunica las luchas y pecados del predicador con la esperanza de ser transformado por el Señor. Esta vulnerabilidad, aunque parezca contradictorio, es la que más evidencia la autoridad del predicador, la cual no radica en un estado de perfección, sino en uno de honestidad y humildad frente al texto y al auditorio. Los auditorios tienen la capacidad de percibir muy bien quién se muestra como no es, y quién es más genuino con lo que comunica.⁹⁶ Una actitud de vulnerabilidad hará más eficaz la transmisión del mensaje.

⁹⁵ Taylor, 13 de septiembre de 2018.

⁹⁶ Taylor, 13 de septiembre de 2018.

En resumen, para los entrevistados, la vida del predicador comunica de una manera eficaz su predicación porque el auditorio, atento al carácter mismo de quien les predica, se verá edificado (1) cuando el predicador tiene la autoridad de comunicar el mensaje porque lo ha interiorizado, (2) cuando el predicador encarna el mensaje que está predicando y (3) cuando el predicador se muestra vulnerable ante el mensaje que predica, llevando al auditorio a la adoración a Dios. A continuación se mostrarán las respuestas de los entrevistados sobre la organización del sermón y el lenguaje.

4.3. Organización y uso del lenguaje de la predicación: respuestas de los entrevistados. El tercer elemento es la organización y el uso de lenguaje de la predicación como algo fundamental para su comunicación efectiva. A continuación se presentan las respuestas de los entrevistados frente a este elemento y las razones por las cuales ellos lo consideran importante para comunicar de manera efectiva el mensaje.

4.3.1. Una sola idea, un solo objetivo. Tres de los entrevistados, Cardona, Villena y Orrego, coincidieron en que es determinante para la comunicación eficaz de un sermón mantener una sola idea desarrollada, es decir, utilizar una idea cuyas partes están desglosadas en el cuerpo del sermón con tal de evitar que cada parte del sermón exponga ideas diferentes y desconectadas con el resto de las partes. Se es eficaz cuando se mantiene la atención y la comprensión de un solo asunto y no de varios. Tener un solo objetivo ayuda en la organización del sermón, ya que permite mantener el enfoque en un solo asunto principal. Así se evitará que el auditorio desvíe su atención del tema central por estar pensando en diferentes cuestiones no unidas al sermón.⁹⁷

⁹⁷ Cardona, entrevista; Villena, entrevista; Orrego, entrevista.

Este asunto, de apuntar a un solo objetivo y enfatizar un solo tema, implica una organización intencional que protege al predicador de decir muchas cosas sobresalientes pero que no están bien relacionadas entre sí. Cardona enfatizó en este punto que para lograr una comunicación clara en su estructura se debe incorporar al sermón una tesis con sus respectivas premisas que permitan solidez y claridad a la hora de comunicar. Lo que esto implica dentro del sermón para Cardona es que la idea homilética deber funcionar como una tesis cuyas premisas son los puntos del sermón. Es muy importante aquí considerar las posibles objeciones que tenga la tesis o idea homilética en el auditorio. Según Cardona, considerar las objeciones ayuda a una argumentación más convincente por parte del predicador a su auditorio y a la vez hace más claro y pertinente su mensaje. La organización y estructuración del sermón, de esta manera entonces, es otra estrategia eficaz que asegura la claridad y la contundencia en la argumentación, protegiendo así al auditorio de distracciones inadecuadas en el desarrollo del sermón.⁹⁸

4.3.2. Lenguaje no verbal. La mirada, la velocidad, el volumen, la gesticulación, el movimiento de manos, la presentación personal, entre otros, son elementos que todo predicador debe tener en cuenta si desea facilitarle al auditorio la recepción del mensaje.⁹⁹ Estos elementos, aunque no son verbales, comunican más de lo que se puede imaginar. Por ejemplo, cuando el predicador apoya lo que dice con el movimiento de las manos de manera que ilustra, señala, refuerza algo emotivo, hace señas para indicar aprobación o rechazo, está reforzando y nutriendo de manera efectiva su lenguaje verbal.¹⁰⁰

98 Cardona, entrevista.

99 Cardona, entrevista.

100 Cardona, entrevista.

Ramírez considera que estos elementos siempre son importantes y que depende de la consciencia de ellos que tenga el predicador, si la comunicación es eficaz en este aspecto o no. Ramírez afirma que el predicador usará estos elementos como estrategia efectiva si es consciente de ellos y si es consciente de cómo su auditorio los utiliza. Por ejemplo, si el predicador conoce cómo su auditorio gesticula, manifiesta alegría, dolor, rechazo, o rabia con su lenguaje no verbal, esto le servirá para replicar estos movimientos de manera natural, intencional y de acuerdo con lo que quiera enfatizar.¹⁰¹

La conciencia que tenga el predicador sobre los elementos del lenguaje no verbal le servirá también para trabajar en aquellos que sabe que no es fuerte y poder usar con mayor confianza aquellos en los que es más fuerte. Por ejemplo el que sabe que es muy estático puede trabajar en practicar movimientos que le ayuden a comunicar y apoyar los asuntos más sobresalientes de su sermón.¹⁰²

4.3.3. Lenguaje verbal. La dicción y la manera en que se conectan las frases durante la comunicación del mensaje son determinantes para garantizar que un auditorio escuche con agrado el mensaje que se le comunica.¹⁰³ Cardona sostiene que los conectores retóricos son claves para mantener el auditorio atento y en condiciones de resistir más el discurso. Cuando Cardona habla de conectores retóricos se refiere a las palabras que cumplen la función de conectar una frase con otra. Por ejemplo, Cardona habla de la cantidad de variables que puede tener a su disposición el predicador para señalar un contraste. Para este fin puede usar los conectores *pero, no obstante, sin embargo, de otro modo, aunque*, entre otros. Usar estas variables y combinarlas durante la exposición del sermón es útil y efectivo

101 Ramírez, entrevista.

102 Orjuela, entrevista; Villena, entrevista; Orrego, entrevista; Ramírez, entrevista; Quintero, entrevista; Cardona, entrevista.

103 Villena, entrevista; Cardona, entrevista.

para hacer que el auditorio descansa y resista. Entre más posibilidades de conexiones utilice el predicador, más posibilidades de atención tiene.

Unido a esto están las palabras que, según el contexto del predicador, este comunica de manera defectuosa y que tendrá que corregir si quiere ser más efectivo en su lenguaje.¹⁰⁴ Por ejemplo, aquellos que no pronuncian bien las letras finales de palabras y terminan diciendo la palabra incompleta. Hacer esto puede ser distractor para el auditorio. Así también las palabras que se repiten todo el tiempo y que están en todas las partes del discurso se deben evitar para no generar distracción en el auditorio.¹⁰⁵ Estas pueden ser: *cierto, entonces, amén, ¿sí?*, entre otras.

Todos estos elementos de la comunicación verbal, como afirman Ramírez y Cardona, no son los elementos determinantes de la predicación, pero un uso consciente y adecuado de ellos puede ayudar de manera significativa con la efectividad del mensaje.

4.3.4. Aplicación equilibrada con el sermón. La aplicación del sermón muchas veces es algo que se deja al final del mismo, y muchas veces con muy poco tiempo y espacio para hacer de ella algo relevante en el sermón.¹⁰⁶ La aplicación del sermón para Orjuela debe estar equilibrada con lo que se explica y lo que se ilustra. No hay efectividad en la aplicación de un sermón cuando esta luce desproporcionada frente a los demás elementos del mismo.¹⁰⁷ Orjuela considera que la aplicación es de lo más importante que el auditorio pueda escuchar ya que contiene el mensaje relevante para el mismo. El predicador tendrá que decidir dónde ubicar la aplicación, pero esta tendrá que ser equilibrada y muy

¹⁰⁴ Esto excluye las diferencias de entonación y pronunciación propias de una región, pero incluye el ser cuidadoso con el lenguaje de tal manera que pueda ser claro al comunicarse.

¹⁰⁵ Cardona, entrevista.

¹⁰⁶ Orjuela, entrevista.

¹⁰⁷ Orjuela, entrevista.

práctica para el auditorio. Quintero también afirma que las aplicaciones deben ser prácticas para el día de hoy.¹⁰⁸

4.3.5. Aplicaciones que no son obvias. Ramírez, al hablar sobre la aplicación, considera que esta para ser efectiva tiene que decir al auditorio lo que no es obvio para ellos. Lo que quiere decir Ramírez con esto, es que no es suficiente darle al auditorio una aplicación que solo describa lo que el texto dice de manera ordenada, sino que debe llegar con la verdad del texto a modificar lealtades, conceptos, y pensamientos del auditorio que ni este mismo ha considerado que deben cambiar. Lo que no es obvio muchas veces es lo que el auditorio no quiere ni escuchar.¹⁰⁹ Es muy importante tener la valentía de hacer esto ya que por la rebelión que produce el pecado en el ser humano, este selecciona lo que quiere escuchar, y generalmente es aquello que le conviene o le hace la vida más cómoda. También es aquello que no ha considerado porque se escapa de su análisis y comprensión. El predicador que quiere ser efectivo debe darle al auditorio aplicaciones que solo se logran en la meditación, la oración y el análisis detenido del texto, esto hace que sea una aplicación mucho más profunda, que no se consigue con unas cuantas leídas del texto.¹¹⁰

Cardona, por su parte, cree que en la aplicación se debe conectar a la gente con los recursos de la gracia de tal manera que se pueda rescatar al auditorio de su estado de ignorancia y perdición. Para Cardona esto es indispensable en la comunicación efectiva ya que los auditorios están en una condición de pecado que requiere una intervención desde la Palabra por parte de Dios. Para lograr esto Cardona propone cuatro aspectos que deben estar incluidos en toda aplicación de un sermón. “La aplicación debe incorporar (1) la

108 Quintero, entrevista.

109 Ramírez, entrevista.

110 Ramírez, entrevista.

evangelización, (2) la enseñanza doctrinal, (3) la denuncia del pecado, (4) [la manera como el texto bíblico predicado] pastorea la comunidad conectándola con los recursos que Dios da en su gracia”.¹¹¹ Para Cardona entonces, la aplicación debe funcionar como un medio de gracia y rescate para el auditorio.

4.3.6. *Menos es más.* El principio de menos es más contribuirá de manera efectiva con la asimilación del mensaje.¹¹² Para Atiencia las frases largas y definiciones complejas entorpecen la comunicación. Hay que evitar a toda costa, afirma Atiencia, los tecnicismos si se desea ser efectivo para no saturar y abrumar con información. Esto implica obligatoriamente que el predicador tenga que descartar información del contenido de su sermón de tal manera que le quede la esencia de lo que es su mensaje para comunicarlo en menor tiempo y menos palabras. Orjuela al respecto considera que el predicador debe seleccionar solo aquello que ayude a comunicar el principio central del texto. Esto quiere decir que el proceso de edición del sermón es determinante para lograr un sermón mucho más preciso y contundente. Esto requiere un esfuerzo grande por parte del predicador porque tiene que ver con descartar datos importantes que posiblemente costó trabajo encontrar.¹¹³ Taylor de Atiencia dice con relación a esto que el predicador debe sentir que el sermón está listo cuando ha descartado sus partes favoritas del mismo, pero que no ayudaban con el objetivo o eran redundantes.¹¹⁴ Luis Miguel Huertas también considera que el predicador debe esforzarse por hacer sermones claros y sencillos de tal manera que los textos difíciles sean prácticos y accesibles. En otras palabras, hacer fácil lo difícil.¹¹⁵ Esto

111 Cardona, entrevista.

112 Atiencia, entrevista.

113 Orjuela, entrevista.

114 Taylor, entrevista.

115 Luis Miguel Huertas (misionero), en conversación con Samuel Sánchez, 13 de septiembre de 2018.

sin duda requiere de la práctica del principio de menos es más en la edición y en la comunicación.

Tomando en cuenta lo dicho anteriormente, es determinante, para ser efectivo en la comunicación de los sermones, (1) una sola idea desarrollada en el sermón, (2) ser consciente de la importancia del lenguaje verbal y no verbal a la hora de comunicar, (3) una aplicación equilibrada que proporcione gracia, y (4) poner en práctica el principio de menos es más para la edición y exposición.

5. Conclusiones

Después de tomar atenta nota de las respuestas de los entrevistados sobre lo que ellos consideran que es eficaz a la hora de predicar, se examinará la relación que dichas respuestas tienen con lo que plantean los textos sobre la predicación bíblica, aquellos que se presentaron en el marco teórico.

Estas consideraciones son las que se quieren exponer aquí a la luz de tres grandes componentes descritos en el marco teórico: la relación entre el auditorio y la predicación, la relación entre el predicador y la predicación, y la relación entre las técnicas de comunicación y la predicación. Para lograr ver en su plenitud esta relación tan significativa entre los que han sido formados por la práctica de la predicación y los que teorizan sobre la misma, se presentarán en este capítulo los puntos en que predicadores experimentados y teóricos concuerdan, se complementan y tienen diferencias.

5.1. Relación entre el auditorio y la predicación. Tanto en los expertos en predicación citados en el marco teórico como en los entrevistados se encontró que el auditorio juega un papel importante en el propósito de ser eficaz en la predicación. Para ambos, la conexión que se pueda establecer con el auditorio es clave. En cuanto a esto, usar

un lenguaje que el auditorio perciba como familiar y con el cual se identifique es determinante para lograr que esté atento e interesado. En esta misma dirección de la importancia del auditorio, se coincidió también en que conocer las características del auditorio, es decir, sus circunstancias, sus gustos, su manera de pensar entre otras, es fundamental para que el predicador pueda conectar de manera más apropiada su mensaje.

No obstante, los textos consultados para el marco teórico no consideran que el texto bíblico pueda ser la principal estrategia para conocer mejor el auditorio y conectar con él. El texto, como lo expresa uno de los entrevistados, tiene la capacidad de dibujar el auditorio al cual va dirigido el sermón.¹¹⁶ Esta concepción sobre el texto se apoya en el fundamento de que toda la Palabra de Dios es inspirada por él y, por tanto, el texto sabe más de lo que el mismo predicador puede saber del auditorio. Conocer sobre el auditorio a partir del texto bíblico es una manera efectiva de conectar las realidades del auditorio con el mensaje de Dios. Contrario a esta opinión, lo encontrado en el material para el marco teórico de esta investigación sostiene que el auditorio es quien determina la relevancia de lo que se le comunica.

Conectar al auditorio con la verdad de Dios de manera relevante es cuestión de establecer puentes entre el texto y el auditorio, en esto hay concordancia entre entrevistados y autores, especialmente en que hay que considerar siempre las características del auditorio. Pero en cuanto a la forma en que dicha conexión se debe hacer, fueron los entrevistados los que propusieron más formas para lograr la conexión: la meditación, el silencio y la oración son formas en que una palabra clave puede ser iluminada para dicho fin.

¹¹⁶ Jorge Atencia, entrevista.

Algunos de los autores consultados para el marco teórico piensan que es el auditorio quien determina qué y cómo se ha de comunicar el mensaje de acuerdo a las circunstancias, mientras que los entrevistados insistieron en que el predicador tiene el desafío no solo de hablar a las circunstancias del auditorio sino confrontarlo e instruirlo con el fin de que desarrolle una mentalidad cristiana capaz de discernir adecuadamente.

5.2. Relación entre el predicador y la predicación. Hay plena concordancia en cuanto a la autoridad y confianza que debe generar el predicador como portador del mensaje de Dios, sin embargo clarificar la forma en que el predicador puede convertirse en alguien creíble fue un aporte que hicieron los entrevistados. Ser parte del mensaje y no solo llevar el mensaje, junto con mostrarse vulnerable, fue la forma en que los entrevistados enriquecieron la comprensión de la relación del predicador con su mensaje.

Estos tres elementos mencionados sobre el predicador, explican cómo este puede ser una estrategia efectiva en la transmisión de su mensaje. En el marco teórico se describieron algunos detalles que tenían que ver con el carácter del predicador tales como el amor a Dios, la vida del predicador, su esencia, credibilidad, integridad y moralidad, pero no se mencionaron los aspectos planteados por los entrevistados, es decir, la interiorización del mensaje, la encarnación del mismo y la vulnerabilidad del predicador ante su auditorio.

5.3. La relación entre las técnicas y la predicación. La organización del sermón junto con el lenguaje no verbal que utilice el predicador juegan un papel importante en la eficacia del sermón, ya que estos elementos son los que aseguran la claridad, la precisión y la contundencia del mismo. Para esto hay que descartar información inútil, enfocarse en un solo tema, ser consciente de cómo comunicar sin hablar, y aplicar intencionalmente mostrando la gracia de Dios y confrontando a la vez.

Conocer lo que dijeron los entrevistados sobre las cuestiones organizativas del sermón en comparación con lo que dicen los libros al respecto es algo que no se puede dejar de analizar. Mantener una sola idea central para todo el sermón fue un punto de concordancia. Los entrevistados por su parte dijeron un poco más de cómo se podría lograr esto de mantener una sola idea durante todo el sermón. La idea dominante es más clara, precisa y contundente cuando se usa como una tesis que plantea una problemática y una solución.

Otro punto en el que concordaron los entrevistados con lo recopilado en el marco teórico fue el principio de “menos es más”. También estuvieron de acuerdo al explicar que este principio ayuda con la claridad y la sencillez. Lo que no manifestaron los libros consultados para el marco teórico fue que este principio determina el tiempo y la escogencia de las palabras que serán utilizadas en el sermón. El principio de menos es más obliga a menos tiempo y menos palabras. Ambos mencionan la importancia de este principio, pero solo los entrevistados dicen qué implica en la práctica para el predicador.

El lenguaje no verbal para ambos (entrevistados e información de marco teórico), hace parte de lo que todo predicador debe tener en cuenta en su comunicación. Los entrevistados agregaron que ser consciente del lenguaje no verbal ayuda a potencializar fortalezas y a trabajar en las debilidades propias, y a la vez ayuda a conectarse con el auditorio.

Finalmente, los entrevistados hicieron un importante énfasis en algunos aspectos de la aplicación, algo que no se vio enfatizado en los materiales consultados como parte de la eficacia en una predicación. Los entrevistados mencionaron que esta debe ser proporcional al resto del sermón, aportar lo que no es obvio, mostrar las verdades acerca de Dios,

confrontar, conectar al auditorio con los recursos que Dios provee en su gracia. Así las cosas, la aplicación debe ser tan importante como la idea central. La aplicación es la parte del sermón que propicia más lo que finalmente edificará al auditorio: lo impactará para llevarlo a un cambio.

Se puede concluir entonces, que conectar al auditorio desde el texto, y no solamente desde el conocimiento de sus realidades, considerar la importancia del carácter del predicador, y tener en cuenta algunos asuntos de la organización del sermón, son determinantes en la comunicación eficaz de un sermón. El asunto más sobresaliente de esta investigación es la importancia superlativa que los entrevistados le dieron al texto bíblico a la hora de ser eficaces en la predicación. El texto no solo debe ser observado, interpretado y comunicado, también es la estrategia eficaz más sobresaliente a la hora de conectar al auditorio con la verdad de Dios. El texto mismo tiene la capacidad de incluir el auditorio original y todos los demás que vendrán, el texto es el que determina lo que se comunicará y aun la manera en que se comunicará. La eficacia por lo tanto no está en las expectativas del predicador con relación a su auditorio, sino en lo que el texto mismo quiso conectar y comunicar a su auditorio. En otras palabras, el texto es el que termina interpretando al lector,¹¹⁷ por lo tanto, una de las mayores estrategias eficaces en la comunicación de un sermón es el texto bíblico, ya que tiene la capacidad de conectar al auditorio, moldear el carácter del predicador, y sugerir cómo se puede organizar el sermón.

5.4. Limitaciones. Esta investigación se ciñó a lo que los entrevistados aportaron frente a la pregunta de investigación, y por lo tanto no es una presentación exhaustiva de la

117 Theo Donner, en su título del libro *El texto que interpreta al lector* (Medellín: Publicaciones FUSBC, 2009).

homilética. No se trabajaron temas como las ilustraciones, los tipos de sermones, la importancia de incluir el evangelio en cada predicación, la manera en que se debe predicar a Cristo, los desafíos que enfrenta la predicación hoy especialmente en Colombia, cómo y porqué incluir doctrina que se desprende del texto en estudio dentro de los sermones. En cuanto a la población consultada, esta investigación se enfocó en predicadores fundadores de escuelitas los cuales tienen un proceso de formación particular, y por lo tanto no se consideró lo que otros predicadores con otra formación podrían plantear de manera diferente.

5.5. Sugerencias para investigaciones futuras. Durante el desarrollo de esta investigación surgieron dos nuevas preguntas que se sugieren para futuras investigaciones. Las preguntas son: 1) ¿Qué tanto contribuye a la eficacia, como ha sido entendida en esta investigación, la explicación doctrinal dentro del sermón, junto con una conexión intencional y adecuada del evangelio? 2) ¿Cómo define la Biblia misma lo que es la eficacia en la predicación? También sería apropiado hacer una investigación que incluya entrevistas a predicadores experimentados de otros países y otras escuelas de formación de predicadores para comparar sus aportes con los que se han incluido en esta investigación.

Bibliografía

- Alexander, Eric. *¿Qué caracteriza la predicación bíblica?* La Paz: Lámpara, 2010.
- Anderson, Kenton. *Predicar es una decisión: una introducción descriptiva de homilética bíblica*. Miami, FL: Vida, 2010.
- Díaz, Álvaro. *La argumentación escrita*. Medellín: Universidad de Antioquia, 2009.
- Donner, Theo. *El texto que interpreta al lector*. Medellín: Publicaciones FUSBC, 2009.
- Erickson, Millard J. *Teología sistemática*. Barcelona: Clie, 2008.
- González, Sonia. *Habilidades de la comunicación hablada: asertividad; persuasión; alto impacto*. Nashville, TN: Grupo Nelson, 2011.
- Hendricks, Howard. *Enseñando para cambiar vidas*. Miami: Unilit, 2003.
- Hybels, Bill, Stuart Briscoe y Haddon Robinson. *Predicando a personas del siglo XXI*. Colección Teológica Contemporánea, vol. 24. Barcelona: Clie, 2008.
- Keller, Timothy. *La predicación: Compartir la fe en tiempos de escepticismo*. Nashville: B&H Español, 2017.
- Key, Jerry Stanley. *La preparación y predicación del sermón bíblico: un auxilio eficaz para el predicador de la Palabra*. El Paso, TX: Mundo Hispano, 2008.
- Lawson, Steven. *La predicación que Dios bendice*. Medellín: Poiema, 2017.
- Lloyd Jones, Martyn. *Los puritanos: sus orígenes y sucesores*. Carlisle, P.A.: Banner of Truth, 2013.
- MacArthur, John. *La predicación: cómo predicar bíblicamente*. Trad. de Javier Quiñones. Nashville, TN: Grupo Nelson, 2009.
- Mason, Lee. 2018. "From Technique to Character: Preaching in Globalized World". *Restoration Quarterly* 60, n°1 (2018): 9-28, <http://ezproxy.biola.edu/-login?>

url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?

direct=true&db=rh&AN=ATLAI80226000229&login.asp&site=ehost-live.

Richard, Ramesh. *La predicación expositiva: siete pasos para la predicación bíblica.*

Grand Rapids, MI: Fadeac, 2002.

Robinson, Haddon W. *La predicación bíblica: cómo desarrollar mensajes expositivos.*

Miami, FL: Unilit, 2000.

Stott, John. *La predicación, puente entre dos mundos.* Grand Rapids, MI: Desafío, 2000

Vela Sánchez, Rocío, reseña de *Comunicación eficaz. Teoría y práctica de la comunicación*

humana, de Guillermo Ballenato Prieto. *Pragmalingüística* 20 (2012): 308-315, doi:

10.25267/Pragmalinguistica.2012.i20.17.

Yang, Sunggu. "Homiletical aesthetics: A paradigmatic proposal for a holistic experience of

preaching". *Theology today* 73, n°4 (2017):365, doi: 10.1177/0040573616669563

Willhite, Keith. *Predicando con relevancia.* Grand Rapids, MI: Portavoz, 2009.

Anexo A

Instrumento que se usó en la recopilación de la información

Preguntas introductorias

1. ¿Cuántos años aproximadamente lleva en el ejercicio de la predicación y cómo ha sido la experiencia para usted?
2. Para usted ¿Qué elementos considera que constituyen una buena predicación?

Preguntas sobre estrategias específicas

1. Desde su experiencia como predicador/a ¿cómo identifica usted las características del auditorio que luego tendrá en cuenta para incluir en el sermón?
2. Desde su experiencia, ¿qué elementos incorpora en su sermón para conectarse con los sentimientos y pensamientos del auditorio, de tal manera que asegure la edificación de sus oyentes?
3. Desde su experiencia, ¿cómo tiene en cuenta la mentalidad posmoderna de su auditorio al predicar, de tal manera que asegure la edificación del mismo?
4. Desde su experiencia, ¿qué aspectos del carácter del predicador han sido importantes para la edificación del auditorio?
5. Según su experiencia como predicador/a ¿qué aspectos de forma como el lenguaje del predicador, la voz, la mirada, la expresión corporal, el vestido, lo primero que dice, entre otros, considera que es clave para lograr la edificación del auditorio?
6. Según su experiencia, ¿qué se asegura de que no falte en la organización de su sermón, de tal manera que le permita ser más eficaz para comunicar?

7. Según su experiencia, ¿qué asuntos en la organización del sermón o en la presentación del mismo, debe evitar el predicador para lograr una comunicación más efectiva?

Pregunta de cierre

8. Según su larga experiencia como predicador/a ¿cuándo considera usted que un sermón que ha predicado ha sido eficaz para la edificación del auditorio?

Anexo B

Consentimiento y autorización de tratamiento de datos personales

Nombre del proyecto de investigación:

Objetivo general del proyecto:

La participación en el estudio no le traerá beneficios directos, ni recibirá remuneración ni pago alguno por participar de este estudio. Sin embargo, los resultados del estudio les permitirán a los investigadores aprender más acerca de:

Al diligenciar esta autorización y firmarla, usted manifiesta que:

- Está de acuerdo en participar de forma voluntaria en este proyecto de investigación.
- Está de acuerdo con que sus respuestas sean grabadas en audio y estas seas utilizadas para este proyecto de investigación.
- Entiende que esta investigación podría ser publicada en una revista, artículo, libro de investigación u otro similar.
- Entiende que podría participar de entrevistas, encuestas, grupos focales o grupos de estudio bíblico.
- Manifiesta que ha recibido la información necesaria para determinar si quiere o no participar de la investigación
- Manifiesta que no ha sido obligado ni presionado para participar de este proyecto, y que tuvo el tiempo suficiente para decidir participar en el mismo.

- Entiende que este estudio podría potencialmente causarle incomodidad emocional como resultado de pensar en o hablar de sus experiencias personales.
- Entiende que puede retirarse en cualquier etapa del proyecto y que su retiro no impactará su relación con ninguna organización o persona, ni cualquier otro beneficio al cual tiene derecho.
- Ha leído este consentimiento informado y la información que contiene y tuvo la oportunidad de hacer preguntas sobre él. Está satisfecho con las respuestas que ha recibido.

Acerca de mis datos personales e imagen:

1. La FUSBC actuará como responsable del Tratamiento de Datos Personales de los cuales soy titular y que, conjunta o separadamente podrá recolectar, usar y tratar mis datos personales conforme a la política de Tratamiento de Datos Personales de la FUSBC disponible en la página web www.unisbc.edu.co y para sus fines misionales.
2. Mis derechos como titular de los datos, son los previstos en la Constitución y la ley, especialmente el derecho a conocer, actualizar, rectificar y suprimir mi información personal, así como el derecho a revocar, parcial o totalmente, el consentimiento otorgado para el tratamiento de datos personales.
3. Los derechos pueden ser ejercidos a través del correo electrónico dispuesto para tal fin datospersonales@unisbc.edu.co y observando la Política de Tratamiento de Datos Personales de la FUSBC.

4. Para cualquier inquietud o información adicional relacionada con el tratamiento de mis datos personales, puedo contactarme al correo electrónico datospersonales@unisbc.edu.co
5. Acerca de mis datos personales, la FUSBC garantiza la confidencialidad, libertad, seguridad, veracidad, transparencia, acceso y circulación restringida, y se reserva el derecho de modificar su Política de Tratamiento de Datos Personales en cualquier momento. Cualquier cambio será informado y publicado oportunamente en la página web.

	Autorizo	No autorizo
Que mi nombre sea usado en la publicación de esta investigación.		
Que mis datos personales (por ejemplo: edad, ocupación, género, región, entre otros) sean incluidos en la publicación de esta investigación.		
Que sea fotografiado o filmado.		
Que se haga uso y tratamiento de mis derechos de imagen para incluirlos en fotografías, procedimientos audiovisuales (videos) sin que haya contraprestación económica por esto.		

Si usted no autoriza el uso de sus datos personales o imagen, cualquier información obtenida con relación a este estudio que pueda identificarse con usted se mantendrá privada, segura y será confidencial.

En el caso de tener cualquier pregunta o queja con respecto al proyecto de investigación, se puede comunicar con la Jefe de la División de Investigación, Flor Alba

Acuña. Dirección: Fundación Universitaria Seminario Bíblico de Colombia, Calle 76 No. 87-14, Robledo Palenque, Medellín. Teléfono: 57 – 4 - 264 0303 ext.204. Correo electrónico: investigacion@unisbc.edu.co

La FUSBC dará cumplimiento a la normatividad vigente sobre los derechos morales de autor, los cuales seguirán radicados en cabeza del titular.

Nombre del investigador: _____

Firma del investigador: _____

Nombre del participante: _____

Identificación del participante: _____

Firma del participante: _____

Ciudad y Fecha: _____