

Pr. Leandro B. Peixoto

Segunda Igreja Batista em Goiânia

www.sibgoiania.org

26 de julho de 2020

[O PODER DO AMOR]

Msg. 06

A INFLUÊNCIA DO AMOR

PARTE 1

[**Filemom 4-7**] ⁴Sempre dou graças a meu Deus por você em minhas orações, ⁵pois ouço com frequência de sua fé no Senhor Jesus e de seu amor por todo o povo santo. ⁶Oro para que você ponha em prática a comunhão que vem da fé, à medida que entender e experimentar todas as coisas boas que temos em Cristo. ⁷Seu amor, meu irmão, tem me dado muita alegria e conforto, pois sua bondade tem revigorado o coração do povo santo.

O PODER DA INFLUÊNCIA

A Universidade de Chicago, lá nas primeiras décadas do século XX, realizou uma pesquisa com o propósito de identificar o que os adultos desejavam estudar. Lowell Thomas escreveu que

o estudo revelou que o primeiro interesse de um adulto é a saúde. Também demonstrou que o segundo interesse reside no desenvolvimento de sua habilidade nas relações humanas; os adultos querem aprender a técnica para *prosperar* e para *influenciar* pessoas.

[*em Introdução à primeira edição de *Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas*, de Dale Carnegie, publicado em 1936.]

Influenciar pessoas! Por que esse desejo tão proeminente nos adultos? Quando se verifica a definição do termo tudo se esclarece. *Influenciar* é “exercer uma ação psicológica, uma ascendência sobre (alguém ou algo) ou deixar subjugar-se por esta ação.” *Influência*, portanto, é poder – “poder de produzir um efeito sobre os seres ou sobre as coisas”, ou ainda, “ação de um agente físico sobre alguém ou alguma coisa, suscitando-lhe modificações.”
[*Fonte: *Definições de Oxford Languages* na internet.]

Não é por acaso que um dos livros mais vendidos de todos os tempos seja *Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas*, de Dale Carnegie. Já está na 53ª edição, desde sua

publicação em 1936, e vendeu mais de 50 milhões de exemplares em 38 idiomas, sendo considerado pelo *The Times* “o livro de autoajuda mais bem-sucedido de todos os tempos”.

Influência não é só poder. Influência também produz dinheiro. É tanto que, tendo em vista a perda de influência de propagandas nos canais abertos de televisão, uma das ferramentas que mais chama a atenção no momento é o *marketing de influência*.

Trata-se de uma estratégia que, por meio de plataformas digitais (especialmente Facebook, Instagram e YouTube), torna possível ao *influenciador digital* exercer sua influência ou liderança sobre potenciais clientes para o consumo de marcas ou de produtos, interferindo diretamente nas decisões de compra daquelas pessoas. Isso acontece porque os influenciadores inspiram ou estabelecem uma *relação* de confiança com seus públicos.

[*Fonte: Cassio Politi, *O que é marketing de influência?* Disponível em: <https://www.influency.me/blog/o-que-e-marketing-de-influencia/>. Acesso em: 17 de julho de 2020.]

Cassio Politi, autor do primeiro livro sobre marketing de conteúdo no Brasil (lançado em 2013), escreveu que o *marketing de influência* começou, de fato, no século XIX, quando marcas americanas decidiram contratar celebridades com o intuito de endossar seus produtos, especialmente cigarros e produtos de limpeza. Nesse período a popularidade dos filmes exibidos no cinema estava ampliando o poder da influência de atores e atrizes. Conseqüentemente, os fãs começaram a imitar as estrelas que assistiam nos cinemas – falando como elas, vestindo-se como elas e consumindo o que elas consumiam. [Ibid.]

Essa massificação da informação pelos meios de comunicação fez sociólogos e psicólogos, ainda nas primeiras décadas do século passado, perceberem a necessidade que as pessoas têm de “líderes de opinião”, uma vez que a comunicação de massa tem um efeito limitado sobre os telespectadores – ou seja, não são todos os produtos que são bem-vendidos em todos os lugares e para todas as pessoas. Então os profissionais de publicidade e propaganda começaram a vender – preste atenção! – não mais produtos, mas “novos estilos de vida”.

Em vez de simplesmente dizerem ou mostrarem aos consumidores as características dos produtos – do que ele é feito e o que ele faz, por exemplo –, em vez de apenas exibir o produto – a beleza de sua embalagem ou algo assim –, a publicidade se reinventou e apostou em uma nova abordagem: fazer pessoas em potencial consumirem produtos por se assemelharem àqueles influenciadores que também os consomem. Por exemplo: a pessoa comprará o shampoo porque desejará cabelo igual ao da mulher da propaganda; comprará a pasta dental porque desejará o mesmo sorriso brilhante do homem da propaganda; comprará o carro porque desejará a mesma experiência do casal da propaganda; etc.

Em outras palavras: líderes e influenciadores são bem-sucedidos na medida em que mudam a crença e o comportamento dos outros pela semelhança com aqueles que se buscam influenciar – e isto por inspiração. [Ibid.] Trocando em miúdos: eu, como líder ou influenciador, serei bem-sucedido ao tempo que eu conseguir inspirar você a mudar sua opinião ou pensamento e levar você a pensar, fazer ou consumir as mesmas coisas que eu faço ou consumo. Isso é marketing de influência. Esse é o poder da influência.

NOSSO CHAMADO PARA INFLUENCIAR

Somos, enquanto cristãos, chamados para influenciar. Influência é o nosso negócio. De fato, nosso chamado é para fazer discípulos (Mt 28.19-20); isto é, exercer influência sobre outras pessoas “até Cristo ser formado” nelas (Gl 4.19); influência que produza nas pessoas transformação da cabeça, do coração e do comportamento – transformação completa, para que “experimentem a boa, agradável e perfeita vontade de Deus para” eles (Rm 12.1).

Paulo tinha essa consciência e vivia sob essa perspectiva. Aos coríntios, ele escreveu assim (1Co 11.1): “Sejam meus imitadores, como eu sou imitador de Cristo.” O apóstolo era intencional na forma como vivia – ele não era apenas piedoso, ele transparecia piedade e ensinava piedade com palavras e posturas. Por exemplo, 1 Tessalonicenses 2.9-12:

⁹Não se lembram, irmãos, de como trabalhamos arduamente entre vocês? Noite e dia nos esforçamos para obter sustento, a fim de não sermos um peso para ninguém enquanto lhes anunciávamos as boas-novas de Deus. ¹⁰Vocês mesmos *são nossas testemunhas*, e Deus também é, de que fomos dedicados, honestos e irrepreensíveis com todos vocês, os que creem. ¹¹E sabem que tratamos a cada um como um pai trata seus filhos. ¹²Aconselhamos, incentivamos e insistimos para que vivam de modo que Deus considere digno [Como? Olhem para a forma como eu vivi entre vocês. Sejam meus imitadores. Vs. 9-11.], pois ele [Deus] os chamou para terem parte em seu reino e em sua glória.

Essa era a forma como Paulo vivia e buscava influenciar, a mesma que ele ensinou Timóteo a multiplicar (2Tm 2.2):

Você me ouviu ensinar verdades confirmadas por muitas testemunhas confiáveis. Agora, ensine-as a pessoas de confiança que possam transmiti-las a outros.

E como Timóteo deveria ensinar e transmitir aquilo que ele havia aprendido sob a influência de Paulo? Veja, 2Timóteo 2.23-26, preste atenção no poder da influência de palavras ditas em viva voz e de posturas vividas a olhos nus no poder do Espírito Santo:

²³Digo mais uma vez: *não se envolva* em discussões tolas e ignorantes que só servem para gerar brigas. ²⁴O servo do Senhor *não deve viver* brigando, mas *ser* amável com todos, apto a ensinar e paciente. ²⁵Instrua com mansidão aqueles que se opõem, na esperança de que Deus os leve ao arrependimento e, assim, conheçam a verdade. ²⁶Então voltarão ao perfeito juízo e escaparão da armadilha do diabo, que os prendeu para fazerem o que ele quer.

Nós somos chamados para influenciar com o amor que flui do evangelho de Jesus Cristo. Somos chamados para fazer discípulos.

Fazer discípulos vai além de ensinar a doutrina. Envolve ensinar pessoas a enxergar a vida pelas lentes da doutrina (cosmovisão) e aplicar a doutrina às situações reais da vida em todas as áreas (santificação). Inclui ensiná-las a levar o evangelho para o cotidiano (discipulado). Esse é o nosso chamado: fazer amigos e influenciar pessoas com e pelo evangelho de Jesus Cristo. Isto foi o que Paulo, tendo aprendido de Cristo, fez durante a vida toda, e ensinou outros a fazer de igual forma, principalmente pelos relacionamentos.

O relacionamento íntimo foi um instrumento para um dos elementos cruciais no treinamento de Paulo dado a Timóteo – imitação. [cf. *A Treliza e a Videira: A Mentalidade de Discipulado que Muda Tudo*. Editora Fiel. Capítulo 6: O âmago do treinamento.]

2Timóteo 3.10-11:

¹⁰Mas você sabe muito bem o que eu ensino, como vivo e qual é meu propósito de vida. Conhece minha fé, minha paciência, meu amor e minha perseverança. ¹¹Sabe quanta perseguição e quanto sofrimento suportei e o que me aconteceu em Antioquia, Icônio e Listra; o Senhor, porém, me livrou de tudo isso.

Foi não somente o bom depósito do evangelho que Paulo passou a Timóteo, e sim uma maneira de viver. E Timóteo deveria, por sua vez, ser modelo desta maneira de viver evangélica para os outros. 1Timóteo 4.12-13:

¹²Não deixe que ninguém o menospreze porque você é jovem. Seja exemplo para todos os fiéis nas palavras, na conduta, no amor, na fé e na pureza. ¹³Até minha chegada, dedique-se à leitura pública das Escrituras, ao encorajamento e ao ensino.

Paulo exortou um de seus outros pupilos, Tito, em termos semelhantes. Tito 2.7-8:

⁷Você mesmo deve ser exemplo da prática de boas obras. Tudo que fizer deve refletir a integridade e a seriedade de seu ensino. ⁸Sua mensagem deve ser tão correta a ponto de ninguém a criticar. Então os que se opõem a nós ficarão envergonhados e nada terão de ruim para dizer a nosso respeito.

Não deixe de observar que o ensino e o comportamento exemplares de Tito se refletiam também em Paulo (v. 8: “nada terão de ruim para dizer a *nosso* respeito”), porque Tito estava ensinando e se comportando em imitação de Paulo. Cabe aqui reforçar que esta metodologia de ser modelo, exemplo e imitação era elementar em todo o ministério de Paulo. Filipenses 3.17-18:

¹⁷Irmãos, sejam meus imitadores e aprendam com aqueles que seguem nosso exemplo. ¹⁸Pois, como lhes disse muitas vezes, e o digo novamente com lágrimas nos olhos, há muitos cuja conduta mostra que são, na verdade, inimigos da cruz de Cristo.

1Tessalonicenses 1.4-7:

⁴Sabemos, irmãos, que Deus os ama e os escolheu. ⁵Pois, quando lhes apresentamos as boas-novas, não o fizemos apenas com palavras, mas também com poder, visto que o Espírito Santo lhes deu plena certeza de que era verdade o que lhes dizíamos. E vocês sabem como nos comportamos entre vocês e em seu favor. ⁶Assim, apesar do sofrimento que isso lhes trouxe, vocês receberam a mensagem com a alegria que vem do Espírito Santo e se tornaram imitadores nossos e do Senhor. ⁷Com isso, tornaram-se exemplo para todos os irmãos na Grécia, tanto na Macedônia como na Acaia.

Colin Marshall e Tony Payne resumiram o nosso chamado para influenciar da seguinte maneira:

Por meio de relacionamento pessoal, oração, ensino, ser exemplo e instrução prática, *queremos ver* pessoas crescendo em: **convicção** – o conhecimento de Deus e o entendimento da Bíblia; **caráter** – o caráter e a vida santos que se harmoniza com a sã doutrina; **competência** – a habilidade de falar a Palavra de Deus aos outros em maneiras diferentes.

[Fonte: *A Treliza e a Videira: A Mentalidade de Discipulado que Muda Tudo*. Editora Fiel. Cap. 6.]

Continua na parte 2...

S.D.G. L.B.Peixoto