



QUIERO SER BELLO... ¿Y TÚ?

Dr. CÉSAR AUGUSTO ATOCHE PACHERRES
PROFESOR PRINCIPAL UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA-PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

www.cesar-augusto-atoche.com

Además de la rapidez de la vida, el acortamiento de las distancias para comunicarnos, la tecnología y el nuevo proceso de transculturización, que son características propias del siglo 21 resulta que ahora surge una nueva faceta llamada “belleza” que ha movilizó a los emprendedores a constituir negocios como: spa, gimnasios, cirugías plástica y estéticas, en fin; y lo cierto es que ahora cada vez son más las personas que buscan belleza, ante lo cual resulta necesario y pertinente reflexionar sobre un aspecto que debe ser aclarado para evitar distorsiones que puedan generar escenas dramáticas: ¿cuán importante es la belleza?

Por un lado, según la Real Academia Española (RAE) “la belleza es la propiedad de las cosas que hace amarlas, infundiendo en nosotros deleite espiritual. Decir algo con gracia y primor.” Y por otro lado, la belleza según Ruby Landa (Landa, “El poder de la belleza”, 2012) “seduce a los sentidos y al espíritu, ejerciendo una fuerza que produce el efecto de admiración”.

Como se ve, tenemos dos tipos de belleza: la belleza externa que corresponde al plano físico, y la belleza interna que corresponde al plano espiritual y llega a convertirse en belleza admirada.

Bien sea para conseguir un puesto de trabajo o para dirigir su propio negocio, la gente busca embellecerse, algunos acuden a gimnasios, otros a spa y hay quienes se perfilan la nariz o hasta se eliminan una costilla para mejorar su cintura. Hasta aquí hemos avanzado en lograr belleza física, lo cual es positivo sin embargo inconsistente.

Pues, porque la belleza externa pertenece al plano físico, entonces es emotiva y aquí corresponde aclarar que “El emotivismo es una corriente de pensamiento que cuaja con fuerza en la segunda mitad del siglo XX. Justifica cualquier acción “si sale del corazón y si es mía”. Entonces es vista como espontánea, libre y buena. Y yo soy bueno y bienintencionado, ... lógicamente! Vivo en un mar de emociones todas válidas como criterios que guían mi modo de actuar. Pero del corazón sale de todo y sin filtrar. Se olvida que los humanos podemos ser héroes y villanos, contradictorios y coherentes. Para el emotivista no hay nada más allá de su experiencia personal. Ignora su efecto público. Solo existe su propia realidad interior y no acepta límites externos: nadie puede decirle nada acerca de su comportamiento. Los límites los pone él y los construye a su medida. Entonces, de lejos el emotivismo parece inofensivo porque resalta los sentimientos y aboga por la libertad, sin embargo de cerca el

emotivismo puede tener graves consecuencias para los de alrededor (arbitrariedad, dogmatismo, anarquía, ley del más fuerte, intolerancia) y lo que es peor tiene también efectos nocivos para uno mismo (inestabilidad emocional, dificultad en mantener relaciones estables, pérdida de sentido y libertad)". (Chinchilla, 2011) Adicionalmente, el emotivismo puede estar asociado con "inmadurez caracterizada por nerviosismo imaginario que se manifiesta por llamar la atención, deseo de que nos compadezcan, actitud de queja y no querer aceptar la realidad; lo cual termina generando desconcierto y desesperación a través de actos imprudentes y errados que pueden bajar nuestra autoestima y la confianza en nosotros mismos, al extremo de adquirir neurosis" (Martí García, 1998) En consecuencia, querer belleza externa del plano físico solamente puede ser el fruto de un mar de emociones y una señal de inmadurez puesto que se desea llamar la atención de los demás.

Por otro lado, cuando la belleza es interna, pertenece al plano espiritual. Un aspecto clave consiste en considerar que la belleza se encuentra tanto dentro como fuera de nosotros y de la naturaleza en general, incluso sale o se proyecta desde adentro hacia afuera; y cuando surge el deleite espiritual del observador hacia el objeto/sujeto observado, entonces se produce por el lado del observador un deleite espiritual con admiración y por el lado del objeto/sujeto observado un deleite espiritual de gratitud por saberse admirado y reconocido por su belleza interna.

¿Y cómo alcanzar la belleza admirada? Pues, en primer lugar, se debe cultivar grandeza interna que incluye: humildad, moderación (sobriedad), y pudor (recato, principalmente al vestirse o en la decoración). Estas cualidades se ejercen en el trato social diario y generan buena imagen.

En segundo lugar, se debe cultivar gentileza externa que incluye: buena disposición, modo de vestir y arreglo personal elegantes (buen gusto en el diseño y accesorios, es decir mostrar decencia), cortesía, cuidado de nuestro cuerpo (buena salud).

En tercer lugar, se debe cultivar la distinción que incluye: personalidad con permanente conciencia de uno mismo, estilo de vida de estar bien o feliz, sonreír, elegancia, buenas maneras, consideración hacia los demás.

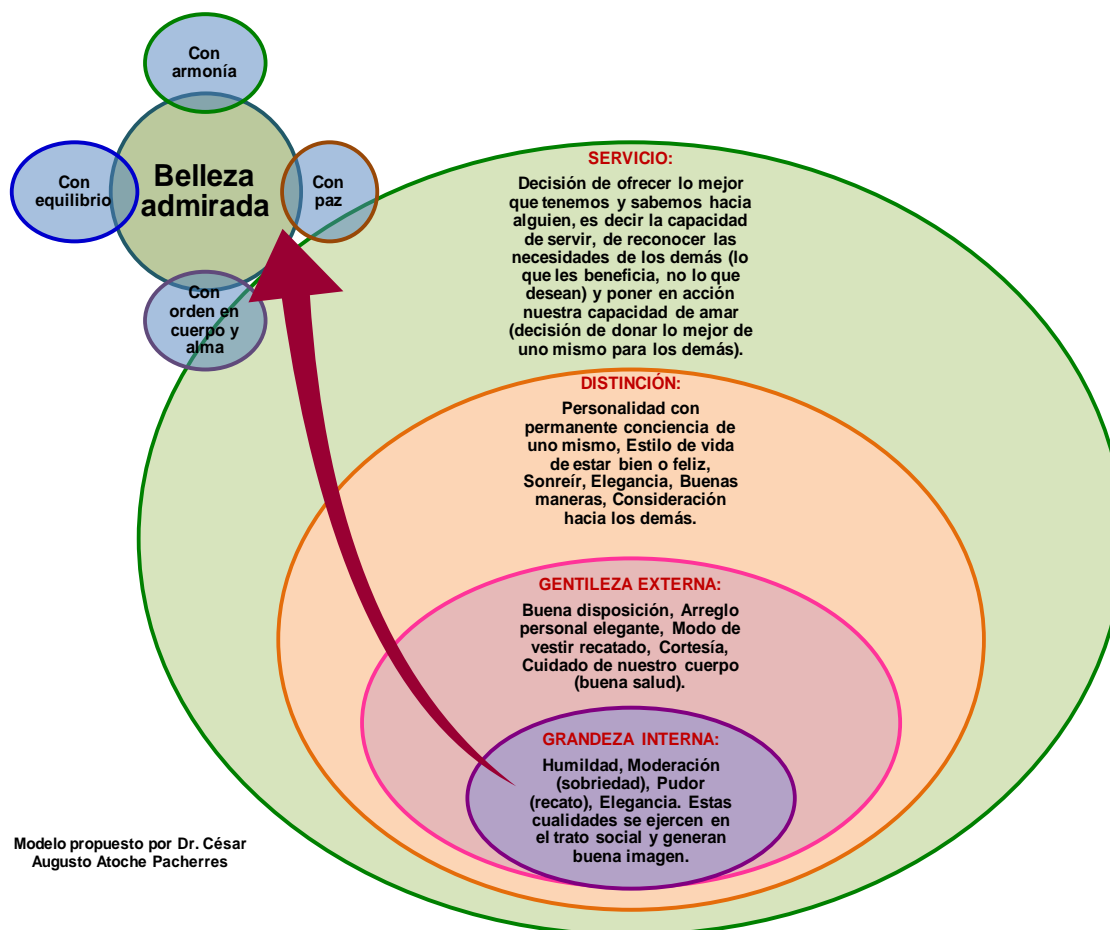
En cuarto lugar, recién se debe cultivar el servicio, que representa la decisión de ofrecer lo mejor que tenemos y sabemos a favor de alguien, es decir nuestra capacidad de servir, de reconocer las necesidades de los demás (lo que les beneficia, en vez de lo que desean) y poner en acción nuestra capacidad de amar (decisión de donar lo mejor de uno mismo a favor de los demás).

En quinto lugar, y como consecuencia de todo lo señalado anteriormente surge la belleza admirada que refleja equilibrio, que simboliza paz, que denota armonía y que demuestra orden (decisión de buscar coherencia) entre lo físico (cuerpo) y lo espiritual (alma). Una acotación: las personas con belleza admirada suelen ser felices, sonrientes, positivos, optimistas con comportamiento prudente. Habrá personas que reconocerán y otros que lejos de quedarse callados más bien se burlarán, es decisión de ellos y más bien en ambos casos es un indicio de que vamos por buen camino.

Por supuesto que lo señalado anteriormente se debe aplicar tanto en nuestra vida personal como en nuestro trabajo o negocio. Atrevámonos a forjar grandeza interna, a desarrollar gentileza externa, a cultivar la distinción, y ofrecer lo mejor de ti llamado servicio (que implica trabajar en la auto-observación y conciencia permanente de uno mismo, para orientar

nuestras decisiones hacia la Verdad y el Bien Común y así lograr la ansiada Felicidad). El efecto que se logrará es ofrecer con naturalidad un TRATO RESPETUOSO = SONRISA + CORDIALIDAD + PROTOCOLO (la cordialidad entendida como amabilidad y amistad en el trato, sinceridad y claridad al expresarse, franqueza; y el protocolo entendido como formalismo en el trato).

La tarea es ardua y requiere de mucha perseverancia, mi exhortación es que nuestros empresarios, gerentes y autoridades se animen a propiciar la belleza admirada instaurando por un lado: trato respetuoso al trabajador y al cliente, ejercer responsabilidad social involucrando trabajadores y sociedad, incorporar buenas prácticas de gestión organizacional; y por otro lado: Ergonomía tanto en el Puesto de trabajo (en sus aspectos físicos y materiales) como en el Ambiente físico que le rodea (luz, calor, frío, corrientes de aire), Implicación del empleado en la empresa, Horario de trabajo adecuado, Reconocimiento del trabajo y de la labor del trabajador por parte de la empresa, Mensajes positivos respecto a posibilidades de ascensos, Escuchar las sugerencias del trabajador pues ello le refuerza su estabilidad en el empleo (Aledo Díaz, 2005). Entonces, la belleza admirada se reflejará en el nivel de responsabilidad que tiene un trabajador en su puesto de trabajo y en su desempeño. Así, es altamente probable que consigamos un clima laboral armonioso (armonía), menor cantidad de conflictos (paz), trabajadores satisfechos de pertenecer a su organización por cuanto los respetan y ellos respetan a sus clientes (orden en cuerpo y alma), trabajadores que se actualizan para tener mejor rendimiento (equilibrio), y altamente probable que se logre mejores resultados empresariales.



Entonces, tal parece que la belleza en el siglo 21 es de gran importancia, sin embargo una precisión adicional: la belleza del plano físico permite ganar conocidos (o hasta “fans”) y clientes ocasionales; mientras que la belleza admirada permite ganar amigos y clientes fieles. La belleza admirada trasciende el plano físico, constituye una forma de superación personal, denota una actitud de permanente conciencia de uno mismo. En ausencia de empresarios, gerentes y autoridades motivadas a propiciar la búsqueda de la belleza admirada, aún nos queda otra alternativa: escoger, o nos incorporamos al grupo de personas que buscan solamente belleza del plano físico o nos incorporamos al grupo de personas que buscan belleza física del plano físico y belleza admirada del plano espiritual. En la medida que nos vaya mejor, entonces a nuestras familias, organizaciones y naciones les irá mejor, mejorará la calidad de vida y habría bienestar económico-social. De ser así, comparto con ustedes mi decisión: quiero ser bello ¿y tú?.

BIBLIOGRAFÍA:

1. Aledo Díaz, M. (Febrero de 2005). *Factores que inciden en el clima laboral*. Recuperado el 3 de Julio de 2012, de Factores que inciden en el clima laboral: <http://www.gestiopolis.com/Canales4/rrhh/facqueinciden.htm>
2. Chinchilla, N. (20 de 09 de 2011). *Cuando las emociones mandan*. Recuperado el 14 de 06 de 2012, de Cuando las emociones mandan: <http://blog.iese.edu/nuriachinchilla/files/2011/09/cuando-las-emociones-mandan.pdf>
3. Landa, R. (10 de Junio de 2012). "El poder de la belleza". *Conferencia magistral*. Piura, Piura, Perú: Berta Belupú.
4. Martí García, M. Á. (1998). *La madurez: dar a las cosas la importancia que tienen* (Segunda edición. ed.). Madrid-España: Ediciones Internacionales Universitarias Madrid.