

SOUSA GALITO, Maria (2011). A beleza nas Relações Internacionais. *CI-CPRI*, AO, N.º 15, 18 Maio, pp. 1-7.

AO: Artigo de Opinião



Beleza nas Relações Internacionais

I. A Beleza, define-se?

A beleza não se define, enriquece-se com sabedoria, amadurece-se com experiência e vive-se com alegria. Esta é a luz interior. É o ser.

A beleza interior apenas é conhecida pelo próprio. Ainda assim, este projecta em iceberg a sua personalidade para o exterior em imagem e actos.

Mas como não nos revelamos apenas através das acções, por timidez, teimosia ou orgulho, muito do que somos perde-se nos nevoeiros do stress quotidiano, nas atormentações do passado e nas incertezas quanto ao futuro.

O problema é que no mundo actual, globalizado e interdependente, célere e competitivo, virtual na distância e na proximidade, atulhado em informação mas vazio de compreensão, somos avaliados pelo que fazemos. Atendendo a que somos mais do que traduzimos para o exterior, a confusão instala-se por momentos.

Por exemplo, quem é mais belo, o que se diz audaz mas convence, ou o que discretamente faz por sê-lo ao longo da vida? O que sente emoções e vive intensamente, ou o que prefere um modelo de inteligência frio e indiferente, mais misterioso e cativante? A beleza é realismo ou idealismo? É individual ou comunitária?

A alma não se mede aos palmos, mas não basta ser, urge parecer. Por um lado, mais bem-sucedidos poderão ser os que parecem ser, mesmo quando não o são, do que os que são, mas não parecem.

Mas por outro lado, as personalidades camaleónicas que se adaptam à exaustão por instinto de sobrevivência, acabam frustradas quando perdem a noção do ser nas suas múltiplas transmutações, acomodando-se ao mal menor do conforto sem glória.

O ser humano é social, logo, não consegue fugir à perspectiva do *outro*, nem que se isole, pois ao fazê-lo é considerado *bicho-do-mato* ou asceta. Somos avaliados pela lupa de terceiros. Mas como a Beleza não é uma realidade objectiva e resulta de um parecer subjectivo, **a beleza depende dos olhos que a vêem e do coração que a sente.**

Há medida que o tempo desfila pela estrada da vida, a beleza estabelece-se mais em termos comparativos, nem sempre é identificada enquanto ser, podendo ser o reflexo das emoções que povoam a pessoa que avalia.

Ou seja, a causa que verdadeiramente produz efeitos é mais idealizada para os românticos, mais serena para os experientes, menos feliz para os malogrados. Não deixa de ser beleza mas não é um conceito universal, depende das necessidades identificadas em espelho.

Os conceitos de beleza são como as fases da Lua, variam. Na juventude ambiciona-se o céu, na maturidade a terra, no crepúsculo da noite a perpetuação de uma memória.

Se é assim na cabeça de cada qual, imagine-se quando é produto de uma mentalidade dominante ou da projecção global realizada por empresas multinacionais da comunicação.

Em relações internacionais, a beleza não é única mas plural, apenas colmatada pelas limitações das próprias pessoas/comunidades/mentalidades que a perscrutam com infundáveis críticas de quem tantas vezes desconhece as características do próprio ser.

II. Conceitos de Beleza

Numa perspectiva temporal:

Hoje/Amanhã: o conceito de beleza pode mudar com o tempo. Uma pessoa não é necessariamente coerente nos seus gostos ao longo da vida.

Agora/Depois: o indivíduo perscruta o mundo com base numa avaliação preliminar e superficial. Posteriormente aprofunda e racionaliza a sua opinião.

Pontos de partida divergentes:

Reflexo/Verdade: o ser humano olha-se mais ao espelho do que observa a realidade. Portanto, mais facilmente reconhece um orgulhoso quando a sua natureza tende para a sobrançeria, ou um vaidoso quando o próprio é narcisista.

Não é de estranhar quando, por falta de auto-estima, os que se consideram *feios* tendem a admitir os outros *mais bonitos*. Os ensimesmados com noções sobrestimadas sobre si próprios, tendem a denegrir terceiros e a considerá-los *malparecidos*.

Sendo assim, os ingénuos e alegres partem do suposto que os interlocutores não são desconfiados e mal-intencionados, quando talvez o sejam. Os especialmente pacientes não se deslumbram e ajudam inclusive a que a máscara alheia caia do rosto, para só depois tirar conclusões.

Isto porque a interacção social dificilmente começa do zero. Parte de um princípio conhecido e projecta-se em sensibilidade (a medo pelos cicatrizados, com o corpo pelos audazes, os prudentes pensam antes de falar/agir). Admite-se, portanto, que a beleza à primeira vista, é deturpada pelo ponto de partida de quem a observa.

Outros conceitos:

Inata/Trabalhada: a beleza pode ser entendida como algo com que se nasce, que se atinge em vida sem recurso a artificios. Ou como uma tela que se pinta com mestria, cujos meios justificam os fins (tal como o recurso a operações plásticas, etc.).

Absoluto/Relativo: a beleza pode corresponder a um padrão de perfeição estereotipado. Ou admite-se *a priori* que tal modelo é inatingível e que se permitem aproximações.

Consoante o perfil em causa:

Físico: relacionado com especificidades corporais atribuíveis à chamada *beleza exterior*. Por exemplo, a mulher é bela se tiver o cabelo longo, medidas proporcionais, alta, elegante, rosto simétrico, etc.. Ou porque é um modelo fotográfico e o seu tipo de corpo está na moda.

Psicológico: que inclui um rol de características geralmente associadas à *beleza interior*. Por exemplo, a pessoa é bonita se for bondosa, pródiga, caridosa, corajosa, etc.

Dentro do psicológico:

Fruto das Emoções: por exemplo, como sinónimo da rebeldia contra o *status quo* (exemplos: tatuagens, piercings, cabelos longos no caso dos rapazes, rapar o cabelo no caso das raparigas, etc.) mas aceites por grupos minoritários. Ou que possam salvar expectativas de uma geração descrente no modelo vigente.

Reflexo de um Ideal: quando há uma identificação entre imagem e um ideal político, cultural, social, religioso, etc.

Escalas diferentes:

Individual: cada pessoa manifesta preferência por um certo tipo de beleza, que pode ou não corresponder à mentalidade dominante na comunidade em que se insere.

Comunitária: o conceito de beleza depende da mentalidade dominante do tecido social local.

Ou seja, existem conceitos locais de beleza. Coadunam-se com as preferências manifestadas pela maioria dos residentes/cidadãos/habitantes daquela esfera geográfica específica.

Regional/Global: padrão de beleza projectado pela potência dominante de forma bem-sucedida nas suas áreas de influência.

Num mundo globalizado como o nosso é cada vez mais difícil encontrar localidades com conceitos ancestrais de beleza radicalmente diferentes da transmitida pela máquina financeira dos meios de comunicação *de massa* (tais como a televisão e a internet).

Mas também porque as sociedades são cada vez mais multiculturais e progressivamente mais heterogêneas. Da própria necessidade de sobrevivência, a coexistência admite/absorve a mistura.

III. Beleza como Fenómeno de Poder

Os diferentes conceitos de beleza apresentados adjuvam na explicação do ponto de vista das relações internacionais, porque podem ser sinónimos de poder. Conferem-se alguns exemplos.

No apogeu do Antigo Egipto, a pulcritude das mulheres do faraó definia o conceito de beleza comunitária e regional. Tanto as egípcias como as núbias utilizavam um determinado tipo de maquilhagem e de corte de cabelo, vestiam-se e comportavam-se com base em regras que aspiravam a uma identificação com o poder da época.

Os romanos impuseram-se durante séculos na geopolítica mediterrânica, pelo que a *beleza máxima* em todos aqueles territórios era definida pela moda na capital Imperial. Tudo o mais era provinciano, tacanho, pouco civilizado, rural, etc.

Os EUA antes de serem uma superpotência, foram uma colónia inglesa. Talvez por isso, o conceito de beleza que tradicionalmente alimentava a sua indústria da moda era europeizado. Na última década, tendências para o pluralismo têm-se afirmado fruto da pujança económica e política federal de comunidades como a *afro-americana* e a *hispânica*.

Tanto que hoje em dia é difícil uma mulher escandinava querer parecer uma Valquíria (mitologia que elogiava senhoras fortes e bojudas, de pele muito branca e fartas tranças louras), quando todos os dias lhe impingem publicidade para dietas de emagrecimento e lhe oferecem promoções para frequência de solários, para que possa corresponder à imagem estereotipada das mulheres nas praias brasileiras (corpos esculturais bronzeados).

Paralelamente, as chinesas enchem salas de espera dos hospitais para operações plásticas quando dez anos antes praticamente ninguém as fazia, o que reflecte a vontade de corresponder a um ideal externo *supostamente* mais moderno e sofisticado, com recurso ao capital auferido graças ao *boom* nas economias emergentes.

As meninas preferem as barbies e aspiram a ser como elas, deixando de lado as bonecas tradicionais que correspondem mais à tipologia ou etnografia das clientes. O que instiga à mudança. Para melhor? Querer ser o que não se é, significa o quê?

As coreanas são adeptas incondicionais de intervenções cirúrgicas que colocam umas pequenas rugas sobre os seus olhos lisos e rasgados, para uma aparência mais ocidentalizada.

As mulheres africanas compram cabelo longo e direito (indiano, brasileiro) a preços elevados, para igualmente se sentirem “integradas no grupo” que hoje é uma massa globalizada compacta e cada vez mais homogénea.

Basta observar os telejornais diários para reconhecer que as populações, inclusivamente masculinas, estão cada vez mais parecidas na forma de se vestir, de pentear, de comer e de reivindicar por (quase) todo o planeta. Até os tradicionalistas que aspiram publicamente a padrões diferenciados, como forma de afirmação local e religiosa, admitem práticas que os aproximam de outros povos, alguns *declarados inimigos*.

É o chamado *soft power*, tão sereno que pode nem ser perceptível. Não admira que as populações se revoltam mais contra a *hard power* do mar geopolítico quando turbulento e agitado. Os conceitos de beleza até aqui podem traduzir a rebeldia da diferença, em momentos de tensão.

A beleza tem muito a ver com poder. Quem não sabe, é como quem não vê. E desembolsa somas de dinheiro que alimentam interesses instalados bem definidos e uma máquina à escala global ávida de lucros, tudo à custa da credulidade que a credibilidade falsa soube convencer.

IV. Beleza é Vida

Dentro de cada país, as expectativas são complexas, atrapalhando a interacção entre pessoas de regiões diferentes. Em relações internacionais, tudo pode parecer muito fácil ou muito difícil consoante a perspectiva factual.

Os indivíduos apercebem-se quase sempre muito diferentes mas igualmente tão humanos e iguais que as dúvidas se instalam.

Afinal, as pareções julgam-se maiores do que são? As diferenças são extrapoladas por complexos de superioridade/inferioridade, medo ou falta de auto-estima? A discriminação resulta da aversão pela imagem ou de falhas de adaptação ao modelo

vigente? A indiferença resulta da falta de beleza do “outro” ou por este ter outras prioridades (concentração no trabalho, falta de tempo, viagens regulares,...)?

As respostas podem ser integralmente positivas, algumas podem ver verdade, outras não estarem correctas. Depende da situação e das pessoas envolvidas.

A beleza no fundo é percebida, de forma transparente ou em espelho, mas sobretudo *enquanto a pessoa vive, respira* e tem capacidade para pensar, sentir e agir em conformidade. Como em regra, tudo tem explicação e solução, menos a morte.

A vida não é misericordiosa e raramente concede segunda oportunidade. Por isso, a resposta é interna e pessoal, mas também comunitária, pois os humanos são seres sociais e não gostam de viver sozinhos.

A sobrevivência deve ser obtida em consciência e em razão de ser, mas igualmente de forma pragmática e serena. Pode ser inconsequente, imensamente cansativo e frustrante lutar contra moinhos de vento como D. Quixote de La Mancha.

O que não invalida que *tudo vale a pena quando a alma não é pequena*, já dizia Fernando Pessoa. E mais importante ainda, se há um mínimo de receptividade e de partilha de valores.

A noção de limites é definida por factores internos e externos, mas em última análise quem faz a escolha é o próprio.

De facto, a beleza é tudo e é nada. Possui limites mas reza-se no infinito. Transforma cascalho em jóia, cega-se ao valor do diamante em bruto, ou aguarda pacientemente que a larva desabroche em borboleta.

Não há respostas certas. Apenas maravilhas descobertas ou por descobrir no arco-íris que rasga o céu em beleza depois da tempestade. Nunca é tarde demais para reflectir e mudar de ideias, e observar melhor com o coração. Afinal, a beleza depende dos olhos que a vêem e de algo que não se explica, com razões que a própria razão desconhece.

Actualmente o mundo atravessa um período especialmente difícil, ultrapassando crises sucessivas no domínio económico, político e social, em que muitas vezes se faz a guerra na eterna busca pela paz.

Mas se damos o que não queremos (guerra em função da paz) e desprezamos o que almejamos (não faças aos outros o que não queres que te façam a ti. Mas e se fizerem? Olho por olho, dente por dente!), então, a balança de poderes continuará a enevoar os céus com fumos bélicos, e não se reconhecerá beleza nos bons e nos justos.

Cada povo possui os líderes que faz por merecer. A paz não é perpétua porque a guerra confere a adrenalina que entusiasma os líderes. A inteligência não é espiritual porque o consumismo e o materialismo são eloquência e motivo de comparação competitiva.

Logo, o planeta azul em que vivemos traduz um tipo de beleza que é internacional e que resulta das escolhas individuais e colectivas tomadas no quotidiano. Se não é bonita, *a culpa é de quem?*