



AHIMSA

No-violencia activa

Año I, No. 4, julio 2005

La no-violencia: una aventura colectiva

Es difícil mencionar la no-violencia sin pensar en las experiencias de resistencia que nos ha ofrecido la historia, y a sus líderes, de Gandhi al Dalai Lama. El debate se sitúa generalmente sobre la eficacia y la legitimidad de los modos de acción estrictamente no-violentos, evaluando al mismo tiempo la pertinencia y el valor del principio de no-violencia. Entre principio ético y prácticas políticas, olvidamos muy a menudo un factor que ocupa sin embargo un lugar esencial en el nacimiento y la fuerza de las experiencias históricas de la no-violencia: las organizaciones sostienen y permiten estas movilizaciones, las cuales dan a este principio ético una actualización en la historia.

Algunos lectores aislados de Tolstoï o Gandhi no habrán podido solos ofrecer a la lucha contra el apartheid una continuidad durante decenas de años necesarios a su éxito. Se ha requerido el nacimiento de organizaciones que permiten a las personas con convicciones no-violentas compartir, intercambiar, apoyarse mutuamente, formarse, reflexionar, informar y actuar... La no-violencia es ante todo una aventura colectiva, vivida en la continuidad más allá de los tiempos fuertes de la movilización que le han dado vida (Guillaume Gamblin, Editorial, A.N.V., 134, 2005, p. 1).

Educar a la no-violencia

La relación entre el niño y sus padres se caracteriza por esta noción de reciprocidad. El niño aprende a sonreír porque el adulto sonríe para él. Y la sonrisa "de la madre" es respuesta a la sonrisa del niño pone a éste en la vía de la autonomía en el sentido de que descubre la posibilidad de modificar su entorno. Del mismo modo, el niño alimentado cuando lo solicita, que llama y ve a su madre acercarse, tiene una experiencia social y humanizante. Poco a poco, a entender que la iniciativa que toma al llamar es seguida de efectos positivos. **CON LA CONFIANZA EN SÍ MISMO, DESARROLLARÁ EL GUSTO POR TOMAR INICIATIVAS** (Bernadette Bayada et al. "La autonomía, un aprendizaje y una libertad" en *Para una educación no-violenta*, p. 22).

Búsqueda de la verdad

“Nunca me he creído obligado a aferrarme ciegamente a mi opinión. Mi amor a la verdad me ha librado de ello. Lo que pienso y siento en un momento dado, tango la obligación de decirlo sin verme prisionero de las ideas que antaño expresé a propósito de la misma” (Mahatma Gandhi, en *Ixtus*, n. 48, año XII, 2004, p. 1).

No confundir

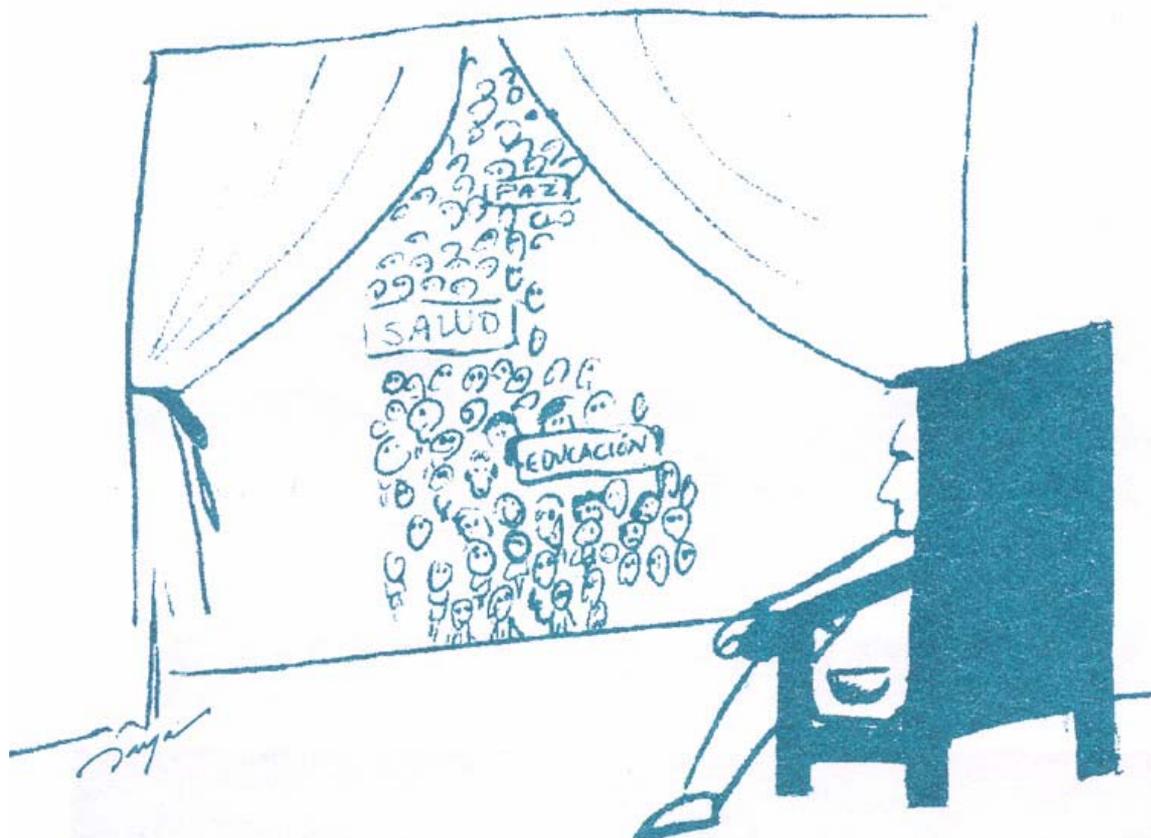
Actuamos de muchos modos sin violencia, felizmente. La diplomacia entre naciones, los debates académicos, la educación de nuestros hijos y muchas más. Acciones sin violencia no son no-violentas. “Algunos llaman ‘no-violento’ lo que les parece bueno y ‘violento’ lo que les parece malo (...). Una segunda distorsión ocurre cuando de manera totalmente errónea se equipara la pasividad con la no-violencia. (...) Una consideración cuidadosa se requiere para responder a las situaciones de conflicto: se dividirán en acción e inacción. De esta manera la no-violencia aparece como una forma de respuesta activa. La inacción que incluye la pasividad, la sumisión, la cobardía y semejantes no nos interesa porque no tiene nada que ver con la técnica no-violenta. (...) Por definición, la acción no-violenta no puede darse sino por el reemplazo de la pasividad y la sumisión por la actividad, el desafío y la lucha” (Gene Sharp. *The politics of nonviolent action*, Boston, Porter Sargent Publishers, 1973, tomo 1, p. 65).

Los no-violentos dicen: el adversario debe ser apartado del error por medio de la paciencia y de la simpatía (Luis J. González. *El secreto de Gandhi*, México, Ed. Font, 1997, 4ª ed., p. 35.)

La agresión publicitaria (2)

Vicente Romero en

<http://www.conferenciamarista.es/publicaciones/presencia7/69/69paginas/16nuestromundo.html#Anchor-Judi-58952>



Estrategias

En los últimos años, la publicidad se ha esforzado en conquistar credibilidad entre el público. Para ello se inserta en los programas informativos, porque el espectador que contempla un telediario lo hace en actitud de disposición a creer la veracidad de los hechos que se le exponen. Si esa narración veraz se interrumpe rápidamente, se logra que la credibilidad se extienda a los anuncios. Especialmente cuando el corte publicitario se produce tras una noticia llamativa que haya concentrado al máximo la atención del público.

En algunas grandes cadenas norteamericanas, la publicidad condiciona claramente los contenidos informativos, determinando la ordenación y las características de las noticias que deben preceder y seguir a sus mensajes, en beneficio de sus intereses: se busca una imagen espectacular antes del anuncio y se evitan las que contrasten con sus argumentos. (Por ejemplo, no incluir una noticia sobre el hambre en Etiopía tras un spot sobre alimentos de lujo).

Los grandes momentos de la lucha no-violenta en el siglo XX

La guerra de 1914-1918

5 de septiembre de 1914. Romain Rolland (novelista, amigo y biógrafo de Gandhi) escribe un artículo resonante "Encima de la pelea" en el *Journal de Genève* para denunciar la guerra.

7 de julio de 1916. En Suiza, Pierre Ceresole se niega a pagar sus impuestos militares para oponerse a la guerra. En 1920 organiza con franceses, alemanes e ingleses el primer taller de Servicio Civil Internacional (SCI) en Esne cerca de Verdun.

1916. 16.000 objetores de conciencia británicos ante los tribunales; la mayoría encarcelados, 30 condenados a muerte (no ejecutados), 50 enviados a fuerza en las primeras líneas en el frente francés.

Octubre 1917. Louis Lecoïn, militante anarquista francés es juzgado y condenado a 6 ½ años de cárcel por haberse negado a la orden de movilización.

Para leer los números anteriores de *Ahimsa* ver la página web:

<http://juanparent.tripod.com/ahimsa/indice.htm>

Universidad Autónoma del Estado de México
Dirección electrónica: no-violencia_1@hotmail.com
juanparent@hotmail.com
Teléfono y Fax (722) 2.14.53.51
Paseo Tollocan 1402, Col. C.U.
Cerro de Coatepec, C.P. 50110
Toluca, Méx.



Comisión de Derechos Humanos del Estado de México
Instituto Literario 510 Pte. Col. Centro, 50000 Toluca, México
Tels. (01722)213.08.28 y 213.08.83 Fax 214.08.70
Dirección de internet <http://www.codhem.org.mx>
Correo electrónico: cdhem@netspace.com.mx

