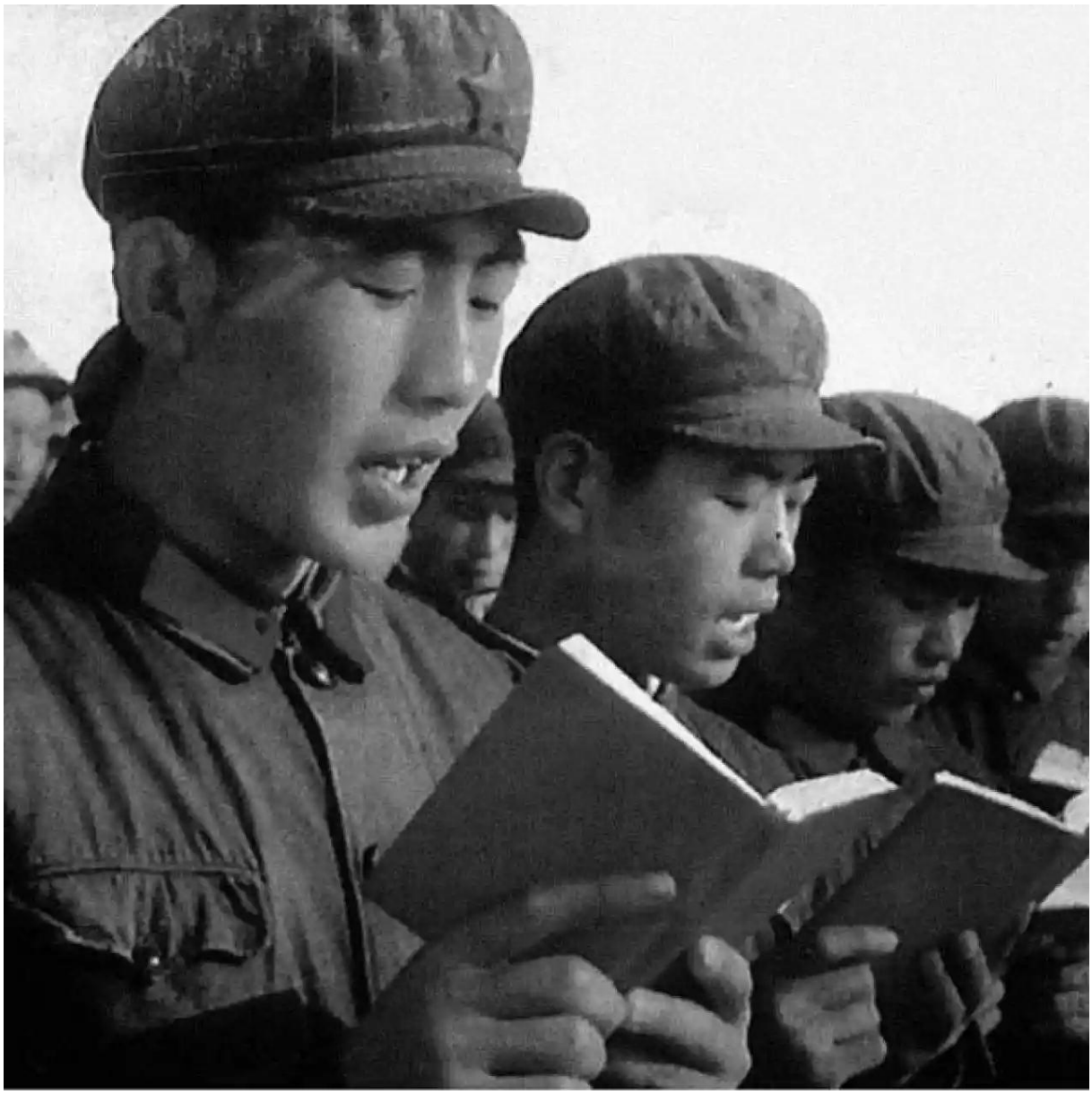
El poder de la comunicación

Por Sebastian Guerrini

Los diseñadores poseemos un poder del cual muchas veces no nos damos cuenta.



El poder no debe ser siempre entendido como un sistema opresivo que somete individuos, con castigos y prohibiciones sobre las cosas de su vida. Esa es la opción más represiva de ejercer el poder. El poder se constituye como resultado de relaciones de fuerza dentro de una

comunidad, donde una parte de ella puede actuar sobre la otra y esta última es guiada o permite que la guíen.

El poder del diseño no implica la fuerza física pero sí la del diseño, en la particular búsqueda de influir en las estructuras difusas de los discursos. Esto es, la activación de imágenes e historias que llegan a aceptarse como legítimas o ciertas. En la práctica, quien ejerce este poder es quien condiciona sobre lo que se habla, los objetos del deseo o, por ejemplo, la construcción de quién es diferente.

El poder se negocia por medio de la comunicación. Lo que no significa no comunica y lo que no comunica no llega. Diseñar implica la construcción de futuros, historias, deseos y sueños que se asumirán como parte de nosotros, gracias a la comunicación. Así se convierte en uno de los recursos de la acción política, la búsqueda de lo posible, el fragmentar o integrar, la acción de gobernar, de manejar el choque entre los intereses encontrados que se producen dentro de una sociedad.

Ver en el fondo la imagen del dictador Zine El Abidine Ben Ali, en una tienda al pie del Sahara. Túnez (2001)