

# ¿Por qué el cliente piensa diferente?

---

Por Lorena Garcia Hidalgo

Cuando un cliente rechaza nuestro trabajo muchas veces es porque no tomamos en cuenta sus opiniones, pensamos que el que tiene los conocimientos es únicamente uno: el diseñador.

Buscando en la biblioteca de mi universidad encontré un libro muy interesante que quizá fácilmente pase desapercibido ya que su portada no es muy atractiva y además su tamaño es pequeño, esto me llevó a recordar el refrán «nunca juzguen a un libro por su portada» Entre las páginas de ese libro llamado «El oficio de Diseñar» por Noberto Chaves, encontré las siguientes palabras las cuales me llamaron la atención:

El tradicional desacuerdo entre el cliente y el profesional suele ser interpretado por el profesional como una situación originada por la «incultura» de su cliente, pero el origen es posiblemente su pertenencia a otra modalidad cultural.<sup>1</sup>

Esto es muy cierto, los diseñadores pensamos que siempre tenemos la razón frente a nuestros clientes al momento de diseñar, damos por hecho que ellos no tienen conocimientos de proporción, semiótica, historia del diseño, teoría del color, etc. Y por esta razón en muchas ocasiones tachamos a nuestros clientes de «incultos» y no nos detenemos a pensar que simplemente ellos tienen otra modalidad de cultura.

Estos pensamientos ocasionan que no tomemos en cuenta la opinión de nuestro cliente diciendo «ellos no saben nada de diseño aquí el profesional soy yo» y en consecuencia empezamos un diseño que al cliente no le agrada o no es lo que buscaba para su empresa o simplemente no es lo que tenía en mente. Algo que debemos recordar es que el cliente ciertamente no tiene conocimientos de diseño, pero sí conoce muy bien la empresa que maneja, quién es su audiencia y lo que prefieren.

Entonces ¿qué es lo que debemos hacer como diseñadores gráficos? ¿imponer nuestros criterios? o ¿limitarnos a realizar lo que cliente nos pida? Lo que debemos hacer como profesionales que resuelven problemas de comunicación visual es, escuchar al cliente, comprender qué es lo que realmente necesita para lograr presentar una propuesta que realmente convenza y lo motive. De igual manera debemos argumentar el porque de nuestros diseños, mencionar los beneficios de este y como comprenderá el mensaje nuestro público objetivo.

Al combinar nuestros conocimientos y las opiniones del cliente, el trabajo se realizará con mayor eficiencia y reduciremos tiempos. Cuando un cliente rechace tu trabajo, escucha de nuevo sus necesidades, si no elaborarse una investigación previa al diseño, plantéala porque

es importante tener antecedentes del producto, empresa o lugar para el que se diseña y como diría mi maestra «nunca diseñes para tu ombligo».

Publicado el 20/09/2013

- 
1. Chaves N. (2001) El oficio de diseñar propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan, , Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/por-que-el-cliente-piensa-diferente>

