

Perfil laboral del diseñador gráfico de hoy: un estado de la cuestión

Catalina Londoño-Muñoz^(*) y Brenda Meza-Rivera^(**)

Resumen: En el presente, la travesía por la evidente revolución digital ha estimulado diversos cambios en las profesiones y sus roles en el mercado laboral, provocando una eventual adaptación a nuevas actividades, quehaceres y especialidades. Así, el diseño gráfico, como una profesión proactiva en el ejercicio de la comunicación, ha sido vinculado a esta transición a partir de la adaptación y transformación de las competencias y tareas que su perfil desempeña hoy en el mercado.

El presente artículo propone una descripción general sobre el conjunto de capacidades y competencias que se identifican y exigen en el ejercicio del profesional en diseño gráfico, a partir del estudio cualitativo y revisión de la literatura que, de forma previa, han analizado este campo bajo la misma inquietud que nos convoca: cuál es hoy el perfil laboral que desempeña el diseñador gráfico.

Los resultados que muestra la investigación identifican dos hallazgos interesantes: uno que reconoce el desconocimiento por parte del sector respecto a las competencias y oportunidades del diseñador gráfico, y otro que permite identificar carencias en relación con capacidades asociadas a la gestión del diseño, en consideración a habilidades en áreas e investigación, etnografía, administración y negociación.

Palabras clave: Diseño gráfico - educación en diseño - conocimientos del diseñador gráfico - rol del diseñador - competencias del diseñador gráfico.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 41]

^(*) Publicista, Especialista en Gerencia de Mercadeo y Magister en Dirección de Comunicación. Experiencia en agencias publicitarias y empresas del sector. Experiencia en docencia en marketing y branding. Le apasiona investigar y escribir sobre temas relacionados con las marcas y la estrategia. Experiencia en consultoría de Branding. Correo electrónico: dclondono@udemellin.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5052-0889>

(**) Comunicadora Gráfica Publicitaria, magíster en Escrituras Creativas. Experiencia en diseño y publicidad para diferentes empresas y entidades nacionales e internacionales. Ha liderado proyectos desde el área creativa, estratégica y de redacción para el diseño de productos, diseño de moda, diseño y redacción editorial, campañas publicitarias y digital content. Correo electrónico: bmeza@udemedellin.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5017-5058>

Introducción

La revolución digital, además del surgimiento de nuevas economías, han impactado diversas áreas de la educación y formación profesional, entre ellas, el campo laboral y rol del diseñador gráfico (Higa, *et al.*, 2020) que, en consecuencia, abre nuevos campos de acción, transformando procesos, introduciendo nuevas tecnologías y exigiendo el desarrollo de competencias acordes a la demanda. En una sociedad orientada hacia las TIC (Mayorga, *et al.*, 2017), la población en general no solo debe adaptarse al empleo de variadas herramientas para la resolución de problemas y la generación de conocimiento, sino que debe actualizar su perfil para mejorar y acoplar sus habilidades acordes a las exigencias del mercado.

En esta transformación, reconocer las habilidades que los empleadores esperan es una actividad imperativa para la academia (Dziobczenski & Person, O. 2017) si se desea conectar con el mercado laboral. Por lo tanto, el estudio realizado permite recopilar diversos hallazgos que brindan una perspectiva contemporánea sobre el alcance y contenido del trabajo que desempeñan en la actualidad los diseñadores gráficos, teniendo presente las expectativas respecto al conjunto de habilidades que varían y se adaptan.

En este artículo se aborda el alcance y definición práctica del rol de los diseñadores gráficos a través de la revisión de artículos científicos y estudios previos, bajo los cuales se consolidan aspectos cualitativos asociados a conocimientos, habilidades y competencias que un profesional en diseño gráfico debe desarrollar según la demanda del mercado laboral, partiendo de la definición de las competencias generales vinculadas a la formación profesional de este perfil, además de la comparativa respecto a la demanda del sector productivo. Si bien la investigación específica de la disciplina sobre el diseño gráfico sigue siendo limitada (Dziobczenski & Person, O. 2017), el objetivo de este estudio es resaltar cuáles son los conocimientos esenciales, las habilidades necesarias y las nuevas competencias que el diseño gráfico como profesión debe desarrollar desde la formación hasta la articulación con el mercado. El asunto es crucial por cuanto

El alcance y el contenido del trabajo de los diseñadores gráficos está en un estado de cambio. Tradicionalmente, los diseñadores gráficos a menudo han sido conceptualizados como interesados en la comunicación simbólica y visual en

el proceso de dar forma a mensajes e imágenes. La transformación de ideas en soluciones visuales y la comunicación de ideas a través de elementos visuales como tipografía, colores e imágenes en medios impresos y digitales también se han considerado durante mucho tiempo responsabilidades de los diseñadores gráficos. Sin embargo, siguiendo los desarrollos en la industria y la tecnología, el ámbito del trabajo de los diseñadores gráficos se ha vuelto cada vez más borroso y complejo. Hoy en día, los diseñadores gráficos se encuentran en diferentes puestos dentro de la industria, lo que obliga a los diseñadores a adaptar y ampliar sus conjuntos de habilidades en relación con una gama de nuevas actividades y responsabilidades (Dziobczenski & Person, p. 2017).

De esta forma, el estudio brinda un panorama general entre la definición del rol del diseñador gráfico y la pertinencia de este en la actualidad laboral, (Chiroque Landayeta, 2021), exponiendo nuevas tendencias que se reconocen como una influencia respecto a la innovación y fortalecimiento de competencias en el perfil. Información que de manera activa permitirá actualizar y mejorar procesos formativos que favorezcan rotundamente el crecimiento profesional y la oportunidad de vinculación laboral de los profesionales de este campo. Como respuesta, los hallazgos brindan apoyo en el aprendizaje y planificación de programas formativos enfocados en el campo del diseño gráfico para el ajuste entre lo que se enseña y las necesidades de la industria, con el fin de asegurar posibilidades laborales y de crecimiento tanto para la profesión como para el sector.

La revisión realizada nos brinda un horizonte que, como tal, será cambiante y modificado en la medida en que se desarrollen nuevos campos de acción o, por el contrario, se cierren otros para el profesional en diseño gráfico. Por ende, lo que buscamos es construir un estado de la cuestión, estructurado a partir de la revisión de los consensos que encontramos en la literatura científica publicada sobre este tema a nivel global, a saber, su responsabilidad y alcance profesional donde convergen diferentes áreas entre lo político, lo económico, lo religioso, entre otros (Mayorga, *et al.*, 2017)

Metodología

Se trata de una revisión cualitativa del perfil del diseñador gráfico, donde se buscan los consensos alrededor de su rol en el mercado desde diversos estudios analizados. Los artículos fueron identificados en bases de datos (Scopus, Ebsco y Google Scholar), publicados en revistas indexadas desde 2015 hasta mayo del 2022 a nivel global. Luego de un análisis de contenido de los artículos bajo la obtención de datos en principio no cuantificables, se identificaron tópicos que coinciden en los argumentos e información que presentan varios autores, determinados como consensos. Por otra parte, con base en la observación de aspectos particulares, frecuentes y diferenciales en cada estudio, elegimos conceptos en los cuales no hay un consenso claro, desde donde, bajo nuestra mirada, se pueden encontrar puntos de divergencia en la definición del actual rol del diseñador gráfico, pero que re-

sultan llamativos desde lo que plantean como una oportunidad de mejora para fortalecer esta profesión.

El propósito de este estado de la cuestión se enfoca en describir el perfil del diseñador gráfico de acuerdo a la demanda laboral, y establecer las competencias, conocimientos y habilidades requeridos con mayor reiteración en la literatura analizada, a partir de hallazgos desde estudios realizados en el campo académico. Así, el alcance descriptivo indica las características o funciones del fenómeno percibido alrededor de la transformación del rol de diseñador gráfico, permitiendo analizar variables que se observan interrelacionadas entre varios artículos. Este ejercicio permite evidenciar la evolución y transformación del rol profesional, además de enunciar las oportunidades que permitirán mejorar el perfil y darle respuesta a la demanda del sector productivo, considerando que “el diseño no se limita a forma física o visual de un trabajo determinado, sino al proceso que lleva a una solución” (Costa, 1989).

Resultados

A partir de los criterios de frecuencia (cuántos artículos mencionan un aspecto) y significatividad de los mismos respecto a su posicionamiento dentro del contexto de los artículos analizados, agrupamos el análisis en consensos y oportunidades de mejora para el perfil.

Consenso sobre el rol del diseñador gráfico

En la literatura revisada hay una marcada reiteración alrededor del cambio constante en el que se desarrollan las actividades laborales del profesional en diseño gráfico. Este aspecto resulta clave por cuanto revela que, pese a la relevancia del perfil en el sector productivo, este último se ha constituido como un entorno cambiante y en constante transformación a partir de la revolución digital. Aspecto que no siempre refiere de forma exclusiva al conocimiento o actualización en el empleo de herramientas tecnológicas, sino desde lo que el contexto laboral demanda en articulación a las nuevas economías. Esto último se registra en los estudios que muestran cómo el perfil ha sido agotado más allá de sus habilidades estrechas con el manejo de la imagen o la composición visual de forma análoga o digital, ocasionando una inevitable adaptación a nuevas formas de diseño (Nicoletti, 2018).

La transformación del rol se ha extendido donde no hay necesariamente demandas desde lo técnico y operativo del diseño gráfico, sino desde escenarios y ofertas proyectuales que requieren método para la resolución de problemas sociales, políticos y económicos contemporáneos. Hablamos entonces de que la mirada de este rol ya no es explícita desde la imagen y ejecución de piezas gráficas o requerimientos visuales para una empresa, marca, producto o servicio; en cambio, desde la consideración de la situación de la comunicación y de la situación de producción como base para la toma de decisiones. Entre tanto, el ejercicio desde ese diseño como método mismo refiere a las habilidades que tendrá

el profesional para leer el entorno, comprender las necesidades, investigar y desarrollar proyectos complejos que culminen en lo visual, pero que inician desde el análisis (Kieran & Ledwith 2015). En esta medida, algunos investigadores hallan en sus estudios el desconocimiento del alcance que el ejercicio del diseñador gráfico tiene, tanto desde la academia como desde la industria (Bryukhanova, *et al.*, 2022). Se reclama un exceso de habilidades que son poco especializadas, generando posibilidades dentro de lo operativo, pero carencias dentro de lo crítico-analítico, lo cual reconoce la evolución de su perfil y la pertinencia con el mercado. Sin embargo, también devela una suerte de incompreensión por parte de la empresa en cuanto a la trascendencia del oficio del diseñador.

Entre tanto, las habilidades mejor valoradas por las empresas en la formación de un diseñador gráfico están estrechamente relacionadas con el trabajo táctico y operativo. No obstante, se reconoce su potencial en papeles más estratégicos, aspecto relevante dado que implica la ampliación del rol, adicional a las responsabilidades del mismo en áreas estratégicas desde ámbitos como la negociación, la gestión en la innovación, el *branding* y el diseño de servicios (Nicoletti & Rezende, 2017). De tal modo, el sector productivo reconoce las oportunidades en esta ampliación del perfil, si bien no se trata de habilidades que se identifiquen y distingan en todo diseñador. Este factor se relaciona también como una debilidad desde la difusión y promoción del profesional, pues las aptitudes de liderazgo y negociación e investigación se reconocen de forma esporádica y poco habitual. Con ello, la preocupación académica del perfil del diseñador ha iniciado una serie de discusiones acerca del horizonte que esta profesión debe alcanzar:

La naturaleza cambiante y en expansión del trabajo de los diseñadores es problemática para educadores que necesitan decidir sobre el enfoque de gráficos educación en diseño. Los educadores tienen el desafío de priorizar entre el diseño gráfico técnico habilidades y habilidades más generales en, por ejemplo, negocios y tecnología en el establecimiento de los planes de estudio de los cursos y programas (Nicoletti, *et al.*, 2018).

Un aspecto importante, y que entra en consonancia con lo ya expuesto, es cómo la academia se afecta también desde su sistema y nivel propedéutico a partir de la baja interacción que presenta con el sector. Este factor resulta relevante en cuanto se revisa el papel de la institución en el mercado, donde no solamente se busca dar respuesta a la demanda laboral, sino corresponder de forma efectiva a esta necesidad. Se evidencia, entonces, que el ruido que aborda esta discusión acerca del perfil actual del diseñador gráfico no solo yace en las labores específicas que este está desempeñando hoy en la industria, sino también en el ente promotor de esta profesión, que —bajo la interpelación del sector— podemos decir que se ha alejado de las dinámicas propias de las pequeñas, medianas y grandes empresas. Motivo por el cual no se reconocen suficientes beneficios en el desarrollo de actividades de la mano de este rol. Aunque actualmente el objeto de estudio del diseño se encuentra dentro del área de comunicación, que de hecho, ha cambiado de denominación bajo la *International Council of Communication Design*¹, la actividad sigue involucrada esencialmente a la producción de soluciones visuales, sin darle mayor participación en la

resolución de problemas de comunicación. Como consecuencia y ejemplo, la inserción del diseño en empresas como PyMEs en Colombia es muy baja, dado que solo el 5% de este sector invierte en un presupuesto anual de diseño (Mancipe, 2016), lo que muestra que aún existe una relación muy baja con las actividades que vinculan esta profesión.

Respecto a la relación competencias/diseño gráfico, y leído en clave del rol de esta profesión y desde lo que la empresa espera, desde el saber y saber hacer se distinguen cuatro grandes campos: habilidad en la gestión de procesos (donde se encuentran actividades relacionadas con el trabajo en equipo, liderazgo, planeación y capacidad de relacionamiento); habilidades de diseño conceptual (entre las que se desarrollan capacidades para la generación de ideas, análisis, conceptualización creativa, investigación y resolución de problemas desde una orientación al negocio); habilidades técnicas (tales como bocetación, composición visual, manejo fotográfico, tipográfico, de modelado, entre otras especialidades); y, por último, las habilidades en software (lo que incluye el dominio de programas especializados en diseño 2D y 3D, adicional al conocimiento en animación, desarrollo web y programación). Entre tanto, desde el ser y las características personales se busca encontrar características asociadas a aspectos como la perspicacia, estética y sensibilidad creativa, autocontrol y pasión por el diseño.

De tal suerte que, mientras en la literatura se identifica la necesidad de potenciar las habilidades y demanda del diseñador gráfico, la industria mira la profesión de manera expectante, reconociendo en ella su potencial estratégico, pero asimilando los retos de la actualidad con las herramientas y posibilidades que le quedan a la mano, aspecto por el cual —quizás— se piensa que para ejercer un cargo en diseño no se requiere un título de diseñador gráfico. Lo que, en consecuencia, genera de forma inevitable una precarización de la profesión, buscando darle peso a la experiencia en el campo, más que a la formación profesional (Nicoletti & Person, 2017).

Oportunidades de mejora

Ahora bien, mientras el lugar de la discusión sobre el rol del diseñador gráfico parece concentrarse en analizar las competencias de la profesión desde lo que la empresa demanda, el papel de la academia, partiendo de las instituciones, los educadores y los estudiantes mismos, está en desarrollar estrategias que más que disuadir y mitigar las debilidades del perfil, lo fortalezcan. Con ello, el análisis de la literatura nos arroja una suerte de oportunidades bajo las cuales se pueden concertar métodos y planear mejoras para consolidar un perfil de diseñador gráfico más cercano, evidente y pertinente a las necesidades de las empresas de estos tiempos (Mancipe, 2016). De esta manera, incrementar la interrelación y conversación activa con el sector será uno de los pilares fundamentales para que la empresa comprenda y permita que el profesional en diseño gráfico expanda su horizonte, que, en efecto, también depende de la re-estructura temática, teórica y práctica que la academia esté dispuesta a realizar. En ello, será valioso enfocarse en habilidades asociadas a la revolución digital que favorezcan la amplitud del campo para migrar desde lo táctico

y operativo hasta lo estratégico, esto con el fin de conseguir mayor participación en la toma de decisiones, liderazgo de proyectos, desarrollo de investigaciones e innovación y posibilidad en ámbitos de negociación (Mayorga, *et al.*, 2017). Todo ello es necesario, no sin antes estructurarlo y ensamblar al mismo el desarrollo de habilidades blandas que favorezcan el trabajo en equipo, el liderazgo, las capacidades crítico-analíticas, la lectura del entorno, junto con el reconocimiento de rasgos personales que catapulten el estudiante a la capacidad de observación, creatividad, aptitudes para las relaciones interpersonales y pensamiento estratégico.

Aquí cobra sentido tener presente los hallazgos del estudio *Graphic Designer Wanted* (Nicoletti P. y Parson O. 2017), bajo el cual se resalta con gran inquietud el hecho de que el sector considera, para muchos casos, que el rol del diseñador gráfico puede ser ejecutado por cualquier persona que demuestre las habilidades, sin necesidad de certificar su estudio. Ello, pensado desde ese desonocimiento de la profesión y la carente relación con las instituciones académicas genera un fuerte cuestionamiento desde los límites que la formación ha dibujado, quizá sin premeditarlo, alrededor de lo que es un programa profesional frente a uno técnico o tecnológico, suscitando confusiones en el objeto de estudio de la disciplina y también en el campo de acción.

Conclusiones

El diseño gráfico tiene un compromiso y una oportunidad en las comunidades y empresas que va más allá de sus fortalezas operativas y tácticas. Es un perfil que puede facilitar procesos de comunicaciones y estimular la transformación de realidades. No obstante, su proyección y vigencia como profesión dependen, por mucho, de la conversación activa con el sector productivo, acompañado de la construcción de lenguajes e imaginarios sobre el rol que abran campo para la inserción en proyectos o resolución de necesidades donde hoy son poco reconocidos e invitados. En efecto, la revolución digital y las economías emergentes son determinantes para esa adaptación y actualización del perfil, que, más allá de un reto, podrían leerse como una escala estructural que impacta el escenario del diseño en la empresa, brindándole así oportunidades gerenciales y de liderazgo. El rol, entonces, se refiere a las condiciones de posibilidad que hoy tiene un diseñador gráfico en el campo productivo, que en términos generales, no dibujan un panorama alentador, más si una oportunidad inagotable de inmersión en la gestión de proyectos para las industrias creativas en acompañamiento de las nuevas tecnologías y como respuesta a necesidades sociales y económicas globales.

En una sociedad cuya economía gira cada vez más en torno al conocimiento, hablar de innovación, sumergirse en ella y articularse a las tecnologías de información y comunicación será un horizonte abierto y disponible para el protagonismo del diseño gráfico. Ahora bien, el diseño desde el entorno propedéutico deberá también comprender y asimilar el desarrollo de nuevos modelos de aprendizaje y conocimiento cercanos a estas necesidades que demanda la revolución digital.

Finalmente, posterior a este estudio del estado de la cuestión, cabría la pregunta sobre qué tanto se conoce o desconoce en el sector el alcance del diseño gráfico. Una respuesta que seguro nos abre la puerta a re pensar la articulación y pertinencia de la academia con el sector, trascendiendo a analizar la conveniencia de la oferta profesional respecto al cambio en el paradigma laboral.

Referencias bibliográficas

- Bryukhanova, H.; Cherniavskiy, K.; Udris, I.; Marchenko, A.; Bielofastova, T. The modernization of future specialists' professional training in the field of advertising design in higher education institutions. *Revista online de Política e Gestão Educacional, Araraquara*, v. 25, n. 3, p. 2694-2709, Sep./Dec. 2021. e-ISSN:1519-9029. DOI: <https://doi.org/10.22633/rpge.v25i2.16093>
- Chiroque Landayeta, V. E. (2021). *Competencias profesionales que demandan los estudiantes de Diseño Gráfico de una universidad privada al 2030*.
- Chung, S. J., Shim, O., & Kim, s. (2022) Analysing the status of communication designers' role and interdisciplinary collaboration, *The Design Journal*, 25:3, 397-415, DOI: 10.1080/14606925.2022.2058682
- Costa, J. (1989). *Imagen global: evolución del diseño de identidad*. Barcelona: Ceac.
- De Rooij, A., Elise, D., Slegers, K., & Mose M. (2021). *Hoy graphic designers rely on intuition as an ephemeral facility to support their creative design process*.
- Dziobczenski, P. R. N., & Person, O. (2017). *Graphic designer wanted: A document analysis of the described skill set of graphic designers in job advertisements from the United Kingdom*.
- Dziobczenski, P. & Person, O., Tonetto, L. M., & Rech, R. (2018). *Requests from Companies and Requirements for Design Education in Brazil: where do they meet?* 10.21606/drs.2018.535.
- Guzmán, A., y Valdez, M. S., (2021) *Modelo de competencias para el diseñador gráfico en las industrias creativas*.
- Higa Nakayoshi, L., Merino Revilla, A. L., Pérez Mendoza, T. M., & Romero Chumbiray, L. P. (2020). *Las tendencias digitales y su contribución en Las competencias del perfil de egreso para los estudiantes de la carrera profesional de Diseño Gráfico para las escuelas de educación superior en Lima*, en 2019-2020.
- Kadyjrova, L.H., Shamsutdinov, R.N., Kadyvirov, T.R., & Akhmetshina, E.G., (2020). *Project Thinking as the Basis of Design Creativity: Content and Features of Its Development among Bachelor-Designers*.
- Kiernan L., & Ledwith A. (2014) *Is Design Education Preparing Product Designers for the Real World? A Study of Product Design Graduates in Ireland*, *The Design Journal*, 17:2, 218-237, DOI: 10.2752/175630614X13915240576022.
- Mancipe, L., (2016). *El diseño gráfico y de comunicación. Una aproximación al objeto de estudio y a la pertinencia de la profesión en las pymes manufactureras colombianas*.

- Mayorga-Flórez, J. A., Flórez-Duarte, N. Y., Pérez, B. D., & Carrascal, B. L. V. (2017). *Competencias y habilidades que debe tener el diseñador gráfico, al momento de expandir sus conocimientos en el entorno laboral*.
- Nicoletti Dziobczenski, P. R., & Rezende Galeotti A., (2017). *Preparing design students for the market: an initial investigation on the required knowledge and skills for graphic designers in Brazil*, *The Design Journal*, 20:sup1, S1241-S1249, DOI: 10.1080/14606925.2017.1352653
- Nicoletti Dziobczenski, P. R., & Person, O. (2017) *Graphic Designer Wanted: A Document Analysis of the Described Skill Set of Graphic Designers in Job Advertisements from the United Kingdom*.
- Nicoletti Dziobczenski, P. R., Person, O., & Meriläinen, S. (2018) *Designing Career Paths in Graphic Design: A Document Analysis of Job Advertisements for Graphic Design Positions in Finland*, *The Design Journal*, 21:3, 349-370, DOI: 10.1080/14606925.2018.1444874.
- Nicoletti Dziobczenski, P., Person, O., Tonetto, L., & Mandelli, R. R. (2018). *Requests from Companies and Requirements for Design Education in Brazil: where do they meet?* In C. Storni, K. Leahy, M. McMahon, P. Lloyd, & E. Bohemia (Eds.), *Proceedings of DRS 2018: Catalyst* (Vol. 7, pp. 2823-2835). (DRS International Conference Series). London: Design Research Society.
- Opoku, N., Appiah, E., & de Graft-Yankson, P. (2020). *Competencies of the present-day Graphic Designer: A document analysis of online job ads in Ghana*. *Journal of Graphic Engineering and Design*, 11(2), 37.
- Suárez-Carballo, F., (2020). *La enseñanza del diseño gráfico en los grados españoles vinculados a la comunicación publicitaria: perfil del profesorado, métodos docentes y competencias tecnológicas*. *Grafica*, Vol. 8, n.º 15, pp. 33-42, <https://raco.cat/index.php/Grafica/article/view/363932>.
- Wong, S.c., Muhammad, I., & Tan, C. (2018). *What makes an undergraduate graphic design education valuable?* *Journal of Education & Social Sciences*. 11. 73-82.

Abstract: At present, the journey through the evident digital revolution has stimulated various changes in the professions and their roles in the labor market, causing an eventual adaptation to new activities, chores, and specialties. Thus, graphic design, as a proactive profession in the exercise of communication, has been linked to this transition from the adaptation and transformation of the skills and tasks that its profile performs today in the market.

This article proposes a general description of the set of skills and competencies that are identified and required in the professional practice of graphic design, based on the qualitative study and review of the literature that, previously, have analyzed this field under the same concern that summons us: what is the job profile of the graphic designer today. The results shown by the research identify two interesting findings: one that recognizes the lack of knowledge on the part of the sector regarding the skills and opportunities of the graphic designer, and another that allows the identification of deficiencies in relation to capacities associated with design management, considering the skills in areas and research, ethnography, management and negotiation.

Keywords: Graphic design - design education - knowledge of the graphic designer - role of the designer - competencies of the graphic designer.

Resumo: Atualmente, a passagem pela evidente revolução digital tem estimulado diversas mudanças nas profissões e seus papéis no mercado de trabalho, ocasionando uma eventual adaptação a novas atividades, ofícios e especialidades. Assim, o design gráfico, enquanto profissão proativa no exercício da comunicação, tem estado atrelado a esta transição desde a adaptação e transformação das competências e tarefas que o seu perfil desempenha hoje no mercado.

Este artigo propõe uma descrição geral do conjunto de habilidades e competências que são identificadas e exigidas na prática profissional do design gráfico, com base no estudo qualitativo e revisão da literatura que, anteriormente, analisaram este campo sob a mesma preocupação que convoca nós: qual é o perfil profissional do designer gráfico hoje.

Os resultados apresentados pela pesquisa identificam duas constatações interessantes: uma que reconhece o desconhecimento do setor sobre as competências e oportunidades do designer gráfico, e outra que permite identificar deficiências em relação às capacidades associadas à gestão do design, considerando as competências nas áreas de investigação, etnografia, gestão e negociação.

Palavras chave: Design gráfico - educação em design - conhecimento do designer gráfico - papel do designer - competências do designer gráfico.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por su autor]
