

## Breve panorama do ensino do briefing nos cursos de design no Brasil

Actas de Diseño (2021, julio),  
Vol. 37, pp. 358-360. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2020  
Fecha de aceptación: febrero 2021  
Versión final: diciembre 2021

Re-nato Bertão e Jaewoo Joo (\*)

**Resumo:** Este artigo apresenta um breve panorama da inserção da ferramenta briefing na formação dos estudantes de design em universidades brasileiras. As informações foram obtidas por meio de uma pesquisa online junto a docentes das áreas de design gráfico e design de produto. De acordo com 81% dos respondentes, nas instituições onde atuam, o briefing é um tópico abordado ao longo do curso tanto em disciplinas de natureza teórica como projetual. Além de identificar outros contextos onde o briefing é desenvolvido no curso, esta pesquisa também aponta as referências sobre o tema utilizadas pelos docentes nas suas práticas de ensino.

**Palavras chave:** Briefing - ensino de design - design gráfico - design de produto.

[Resúmenes en inglés y español y currículum en p. 360]

### Introdução

O briefing é uma das ferramentas fundamentais utilizadas pelos designers nas suas práticas profissionais. Embora seja pouco explorado na literatura, trata-se de um tópico de extrema importância no contexto do ensino de design. Este breve artigo apresenta os resultados iniciais de uma ampla pesquisa que visou identificar a abordagem de docentes da América Latina sobre o tema. Apresentamos particularmente a perspectiva dos educadores brasileiros das áreas de design gráfico (visual) e design de produto (industrial) que lecionam em programas de graduação e pós-graduação de universidades públicas e privadas. Ao longo do segundo semestre de 2019, os docentes destas instituições foram convidados a responder a um questionário online sobre o ensino de briefing. Os resultados mostram que no contexto brasileiro, 81% dos 94 respondentes atuam em cursos onde o tópico briefing é abordado ao longo das diferentes séries do curso. Nesse ambiente, observamos que tanto disciplinas de natureza teórica quanto práticas desenvolvem o tema e que disciplinas projetuais tendem a abordar com mais frequência o briefing. Identificamos também que esta ferramenta é exigida em atividades como o Trabalho de Conclusão de Curso.

O artigo explora as referências utilizadas pelos docentes para o ensino do briefing. Os resultados da pesquisa evidenciam que no Brasil o cenário de ensino é influenciado pela modelo proposto por Phillips (2004) no seu livro sobre o tema. Contudo, observamos que os professores também recorrem a modelos de briefing customizados e em consonância com realidade do mercado de design no Brasil. Este fato evidencia que, apesar das estratégias e ações pedagógicas dos educadores brasileiros parecerem abordar o tema briefing com relativa propriedade, ainda há oportunidades para desenvolver estratégias de ensino que sejam mais relevantes para o aluno em sua futura atuação profissional.

### A pesquisa acadêmica sobre a ferramenta briefing

Apesar de apresentar diversas denominações, no Brasil, a maior parte dos profissionais de design e educadores da área utiliza a palavra briefing para denominar uma das ferramentas fundamentais para desenvolver um projeto de design com qualidade. Em relação à definição de briefing, a literatura também apresenta variedade de escopos. Contudo, a aceção de Phillips (2004) talvez possa ser considerada a mais abrangente e que melhor permite compreender as diferentes dimensões da ferramenta. De acordo com o autor, no contexto de design, um briefing pode ser definido como um documento escrito que formaliza um acordo ou contrato entre as partes envolvidas no projeto; por exemplo, o designer ou estúdio de design por um lado e o empresário ou empresa contratante do projeto por outro.

Phillips (2004) destaca que o briefing é também um roteiro que apresenta as várias etapas do projeto, desde sua concepção até sua finalização. Nessa dimensão, o briefing pode ser entendido como uma ferramenta que permite monitorar o desenvolvimento do projeto. Finalmente, segundo o autor, um briefing configura-se como uma ferramenta tática que permite não somente uma definição prévia do problema de design, mas igualmente descreve possíveis estratégias para solucioná-lo.

Esse aspecto estratégico foi explorado por Petersen & Phillips (2011) ao propor métricas para o desenvolvimento de um briefing. Condensadas num modelo chamado Design Quality Criteria (DQC), elas consideram que um briefing deve incorporar três níveis de análise: estratégico, contextual e performance. Esse modelo foi aperfeiçoado por Petersen & Joo (2015) para poder alinhar oportunidades de negócio com o desenvolvimento do projeto e, com isso, levar ao desenvolvimento de um “inspirational design brief (briefing).”

A literatura também explora outros pontos de vista sobre o briefing, mas, em geral, ainda carece de consistência. No entanto, algumas abordagens relevantes já têm sido desenvolvidas. Paton & Dorst (2011) refletem sobre o papel do profissional de design ao elaborar um briefing e consideram quatro modos de atuação: técnico, facilitador, expert/artista e colaborador. Haug (2015), por sua vez, aborda os requisitos do cliente no contexto do briefing. A estrutura formal da ferramenta é o foco da pesquisa de Jones & Askland (2012) que visa a propor uma estrutura padrão para o documento.

Em sua maioria, os exemplos de estudos relacionados ao briefing disponíveis na literatura levam em consideração as áreas de design de produto e design gráfico e tem como foco o desenvolvimento de novas abordagens para a ferramenta de modo a facilitar sua utilização por parte dos profissionais. No contexto do ensino de design, as pesquisas são escarças e podemos citar como relevante a contribuição de Lau (2007) que considera os aspectos de linguagem na elaboração de um briefing.

No ambiente acadêmico brasileiro, particularmente na área de design, as pesquisas sobre briefing são ainda mais raras. Silva et al. (2012) propõem um modelo híbrido de briefing que atenta para aspectos da área de gestão, no entanto, em relação ao ensino da ferramenta briefing não localizamos literatura específica. Nesse sentido, os resultados do projeto de pesquisa que detalhamos na próxima seção visam apresentar uma contribuição inicial para guiar educadores de design no Brasil na abordagem da ferramenta briefing.

### **Um breve panorama do ensino da ferramenta briefing nos cursos de graduação em Design no Brasil**

Entre setembro e dezembro de 2019, professores de cursos de graduação e pós-graduação em design de universidades públicas e privadas do Brasil foram convidados por e-mail para responder a um questionário online sobre a “Abordagem de ensino da ferramenta briefing nos cursos de Design na América Latina.” A atividade faz parte de um projeto de pesquisa sobre metodologias de design desenvolvido por estes autores com foco no briefing. Um dos objetivos da ação é mapear as práticas de ensino da ferramenta nas escolas de design em diferentes continentes.

Este artigo apresenta alguns resultados preliminares das contribuições dos educadores brasileiros sobre o tema briefing. Considerando que a base de dados obtida envolveu professores de design de diferentes áreas do design, para esta análise houve um recorte e foram consideradas somente respostas de docentes que atuam há pelo menos três anos em programas de design gráfico (visual), design de produto (industrial) e design generalista. Contribuições relevantes das áreas de design de moda, design de interação, entre outras, não foram consideradas nesta análise por apresentarem número reduzido de respondentes. Ao todo, 94 respostas foram incorporadas a amostra e as observações refletem uma média de 17,6 anos de prática profissional como docente. Tendo em vista que nas universidades brasileiras os

educadores de design tendem a lecionar simultaneamente em mais de um programa de graduação/pós-graduação, a amostra revelou atuação profissional bastante equilibrada em relação às áreas de design gráfico (61 professores) e design de produto (59 professores). Outros sete professores atuam em cursos de design generalista e 41 também lecionam em cursos em design de moda, design de interação, design digital, design de interiores, etc., ou em áreas distintas tais como negócios, administração, publicidade, engenharia, arquitetura, etc.

Quando questionados sobre o ensino do briefing no programa de graduação/pós-graduação em design onde atuam, 81% dos respondentes informaram que essa ferramenta metodológica faz parte do conteúdo regular das disciplinas. O questionário online visou obter informação detalhada sobre as práticas adotadas para ensinar o briefing em dois tipos de disciplinas: teóricas ou práticas (projetuais). Os resultados revelaram que o ensino da ferramenta é distribuído ao longo do período do curso e, no caso das disciplinas teóricas, o ensino está concentrado principalmente no primeiro e segundo ano. Disciplinas práticas, por sua vez, tendem a abordar o conteúdo briefing de forma regular em todas as etapas do curso. Como muitos programas de graduação em design requerem o desenvolvimento de um trabalho de conclusão de curso (TCC), no contexto dos cursos que abordam o tópico briefing, 68% dos docentes informaram que essa ferramenta também é exigida nas atividades do TCC.

Os professores também foram perguntados sobre as referências adotadas ao ensinar briefing nas suas disciplinas. Múltiplas respostas eram possíveis, contudo, observamos que a maioria (62 dentre 76 respondentes) cita o livro *Briefing: a Gestão do Projeto de Design* (Phillips, 2004) como a principal referência bibliográfica sobre o assunto. Similar número de docentes revelou que também utiliza um modelo particular de briefing construído a partir de interação com profissionais da área de design e de eventual experiência no campo profissional. Conteúdos sobre a ferramenta disponíveis online ou em artigos acadêmicos são utilizados como referência segundo mais de 50% dos respondentes.

### **Considerações sobre o contexto de ensino do briefing no Brasil**

A análise detalhada dos resultados do questionário aplicado aos docentes brasileiros deve ser explorada em futuras publicações destes autores, contudo, os dados aqui apresentados revelam que no contexto geral do ensino de design, os educadores apresentam um alto nível de adoção do briefing nas suas práticas acadêmicas. Um dos escopos do briefing sugeridos por Phillips (2004) está relacionado a estratégia e, nesse sentido, percebe-se a relevância de capacitar os futuros profissionais de design com ferramentas que vão exigir mais do que uma definição do problema, mas uma perspectiva sistêmica para chegar a possíveis soluções no processo de design. Embora, na prática profissional, as circunstâncias para o desenvolvimento de um briefing nem sempre sejam favoráveis, sob o ponto de vista do ensino de metodologias de design, é fundamental que o estudante de design seja

habilitado a dominar um leque de ferramentas com um viés estratégico. Nesse sentido, os resultados da pesquisa revelam uma abordagem pedagógica muito bem-vinda por parte dos educadores. A prática reiterada do briefing ao longo das disciplinas projetuais nas diferentes séries, bem como a exigência do mesmo no desenvolvimento do TCC, são fundamentais para que o aluno compreenda a importância desta ferramenta e venha a adotá-la de forma natural em futuras atividades profissionais de design.

A excessiva concentração num modelo de briefing, ou, por outro lado, a ausência de um modelo alternativo e de qualidade que reflita a realidade do mercado e que possa ser adotado nas práticas profissionais, de certa forma nos permite compreender o motivo de muitos docentes desenvolverem modelos particulares de briefing para serem ensinados nas suas disciplinas. Este expediente geralmente se apoia em contribuições de profissionais atuantes na área e, com isso, permite trazer para a sala de aula, modelos de briefing em consonância com o cenário local de design. Em termos pedagógicos tal estratégia é fundamental para que o estudante de design perceba a aplicabilidade da ferramenta dentro da metodologia geral do design.

Ao mesmo tempo, a preponderância de um modelo de briefing “importado” (Phillips, 2004) que foi construído a partir de práticas num mercado de design que difere bastante do existente no Brasil, bem como a necessidade de customizar modelos que reflitam a realidade do design no Brasil, revelam os desafios dos educadores para desenvolver uma estratégia pedagógica que qualifique o aluno a utilizar o briefing com propriedade e de forma efetiva quando inserido no mercado de design.

Nosso recorte de pesquisa considerou as áreas de design gráfico (visual) e design de produto (industrial) no Brasil, cujas práticas profissionais adotam modelos de briefing bastante semelhantes e que tendem a ser baseados em Phillips (2004). De certo modo os resultados da pesquisa nos levam a inferir que um dos possíveis motivos para a hegemonia deste modelo está relacionado ao fato de ele ser o mais referenciado pelos docentes nas suas práticas de ensino. Contudo, cabe lembrar que em áreas do design como moda, interação, interiores, entre outras, os modelos de briefing tendem a apresentar uma configuração relativamente distinta. Por isso não podemos generalizar os resultados obtidos no nosso recorte para as abordagens de ensino da ferramenta briefing em outras disciplinas do design.

Em geral, os resultados obtidos a partir da aplicação do nosso questionário revelam um ambiente pedagógico relativamente favorável ao ensino do briefing nos programas de graduação em design no Brasil. No entanto, destacamos que nossa pesquisa visou somente levantar dados gerais sobre a abordagem deste tópico. Assim sendo, mesmo que os resultados evidenciem relevantes políticas e ações pedagógicas no sentido de qualificar os estudantes para utilizar a ferramenta briefing, a avaliação da eficácia das mesmas está fora do escopo da pesquisa.

#### Referências

Jones, W. M., & Askland, H. H. (2012). Design briefs: Is there a standard? *Proceedings of the 14th International Conference on*

*Engineering and Product Design Education: Design Education for Future Wellbeing, EPDE 2012, September.*

Lau, W. (2007). An Instrument for Assessing Levels of Abstraction in Educational Design. *International Conference on Engineering and Product Design Education, September, 1–7.*

Paton, B., & Dorst, K. (2011). Briefing and reframing: A situated practice. *Design Studies, 32(6), 573–587.*

Petersen, S., & Joo, J. (2015). Inspirational Design Briefing. In *New Product Development Essentials from the PDMA* (pp. 15–27).

Phillips, P. L. (2004) *Creating the perfect design brief: how to manage design for strategic advantage.* Allworth Press; Design Management Institute, New York.

Phillips, P. L., & Petersen, S. (2011). Inspiring Design — Informed by Metrics. *Design Management Review, 22(2), 62–71.*

Silva, C. H.; Ferenhof, H. A.; Selig, P. M. (2012). Briefing e declaração de escopo em projetos de design: dois formatos e um só objetivo. *Congreso Iberoamericano de Ingeniería de Proyectos.*

**Abstract:** This article presents a compact overview of the design brief tool's insertion in the education of design students at Brazilian universities. The information was obtained through an online survey applied to professors in graphic design and product design fields. According to 81% of respondents, in the institutions where they work, the design brief is a topic addressed in both theoretical and design disciplines. In addition to identifying other contexts where the design brief is developed throughout the design program, this research also points out the references used by design educators in their teaching practices.

**Keywords:** Briefing - design education - visual communication design - industrial design.

**Resumen:** Este artículo presenta una breve descripción de la inserción de la herramienta briefing en el proceso de enseñanza de estudiantes de diseño en universidades brasileñas. La información se obtuvo por medio de una encuesta en línea junto a profesores en las áreas de diseño gráfico y diseño de productos. Según el 81% de los encuestados, en las instituciones donde trabajan, el briefing es un tema abordado a lo largo del curso en disciplinas teóricas y proyectivas. Además de identificar otros contextos donde se desarrolla el briefing en el curso, esta investigación también señala las referencias sobre el tema utilizadas por los educadores en sus prácticas de enseñanza.

**Palabras clave:** Briefing - enseñanza de diseño - diseño gráfico - diseño de producto.

(\*) **Renato Antonio Bertão:** es estudiante del doctorado en Smart Experience Design en la Graduate School of Techno Design, Kookmin University, Corea del Sur. Su formación académica abarca títulos en Negocios, Gestión de la Información, Diseño y Artes Visuales. Trabajó durante varios años en la enseñanza del diseño en Brasil y actualmente investiga sobre métodos de diseño e innovación. **Jaewoo Joo:** es profesor asociado de marketing en el College of Business Administration, Kookmin University, Corea del Sur. Obtuvo su Ph.D. en Marketing en Rotman School of Management, University of Toronto. Jaewoo enseña y escribe sobre design thinking y economía del comportamiento para el desarrollo y la adopción de nuevos productos.