

# FATORES DE CREDIBILIDADE EM UM PRÊMIO DE DESIGN: Premiação *Design for a Better World*

*CREDIBILITY FACTORS IN A DESIGN AWARD: Design for a Better World Award*

FONSECA, Ken Flávio Ono; Doutor; UFPR

ken@ufpr.br

BRUM, Ana Leocadia de Souza; Doutoranda; UFPR

anabrum@cbd.org.br

## Resumo

A disponibilidade de premiações de design no Brasil, assim como no exterior, tem aumentado significativamente, sendo uma oportunidade para, com a obtenção de prêmios, empresas e designers promoverem novos produtos e serviços, inovadores e de qualidade. As premiações atendem distintas categorias e áreas de atuação do design, com critérios de avaliação e premiações próprias. Dentro desse cenário este estudo visa fazer uma reflexão sobre a credibilidade e transparência dessas premiações. Através do estudo de caso do prêmio *Design For a Better World*, sediado em Curitiba e que em sua 4ª edição vem se consolidando no cenário brasileiro, foi proposta uma análise e reflexão sobre a construção dessa credibilidade. Questões como a organização, transparência na condução, critérios de avaliação e julgamento, rotatividade e imparcialidade do corpo de jurados, visibilidade e premiação oferecida, serviram de evidências para a avaliação e validação da construção da credibilidade dessa premiação.

**Palavras-Chave:** prêmios de design; prêmios internacionais de design; promoção do design.

## Abstract

*Design awards significantly increased in Brazil as well as abroad. Winning awards could provide an opportunity for companies and designers to promote new, innovative and high-quality products and services. These prizes offer different categories and areas of design, with their own evaluation criteria and awards. In this sense, this study aims to discuss these awards' reputation and transparency. Through the Design for a Better World award case study, which in its 4th edition has been consolidating itself on the Brazilian scene, was proposed an analysis and discussion on its reputation establishing. Issues such as organization, management transparency, evaluation and judgment criteria, jury rotation and impartiality, visibility and awards offered, served as evidence for the award reputation evaluation and validation.*

**Keywords:** design awards; international design awards; design promotion.

## 1 Introdução

Os prêmios de design se apresentam como uma oportunidade para aumentar a visibilidade das empresas, dos produtos, dos serviços, e dos designers no contexto nacional e global, fato sugerido por diversos estudos com empresas premiadas em certames internacionais (Şahin et al, 2018). Também podem ser utilizados como indicador de desempenho em design de um país para aumentar sua visibilidade e percepção de qualidade e inovação (Moraes, 1999; Mozota, 2011), razão pela qual diversos países implementam estratégias de apoio ou fortalecimento de premiações locais (Şahin et al, 2018). Entre outros ativos, é capaz de fomentar a valorização do design (Mozota, 2011), fortalecer o sistema nacional de design (Raulik-Murphy, 2010) e gerar benefícios econômicos (Cox, 2005).

Acredita-se na força da ferramenta design para gerar competitividade, qualidade e potencialidades para o país; compreendem-se os desafios encontrados para o desenvolvimento de novas abordagens em produtos (designers); identifica-se a percepção e a valorização do novo produto concebido (consumidor); e por fim, vislumbram-se ganhos competitivos que trarão reflexos para os negócios (empresas). (Gouveia, 2011, p.24)

De uma maneira geral, pode-se afirmar que se têm claro o papel do design enquanto ferramenta estratégica para a competitividade na indústria global. Porém, para qualificar se a qualidade do produto, serviço ou processo de gestão empregados pela empresa são relevantes, as premiações com foco no design se apresentam como uma abordagem eficaz, já que são apreciados por um corpo de jurados especialistas na questão (Brum et al., 2016).

O uso de premiações de design como fator de visibilidade, entretanto, não é uma estratégia recente, já que na Exposição Nacional de 1798 na França, os produtos expostos já foram submetidos à premiação e reconhecimento público com o objetivo de aumentar a visibilidade, reafirmar a identidade, soberania, força da indústria e o conceito de nação (Patrocínio, 2013). As políticas públicas de promoção do design em estratégias de formalização de exposições e premiações internacionais pôde ser constatado na Alemanha com o *iF Industrie Forum Design* em 1953 e o *Red Dot Award* em 1955, o *G-Mark Design Award* no Japão em 1957, e nas exposições de 1950 a 1955 no *Museum of Modern Art* nos Estados Unidos da América (Raulik-Murphy, 2010; Patrocínio, 2013).

No Brasil, a promoção do design constou como meta operacional das políticas públicas de design desde a criação do Programa Brasileiro de Design (PBD, 1985), impulsionando a criação de novos prêmios em diversos setores. Já existiam diversos prêmios de design consolidados, anteriores ao período mencionado, como o Museu da Casa Brasileira (1986) e o Prêmio Salão Design (1988).

Em 2011, o SEBRAE, em relatório sobre a infraestrutura de design no Brasil, apontou a existência de 65 prêmios e competições de design (Westin, 2012) sem, porém, discriminar o foco (acadêmico ou profissional), os setores ou área de concentração, abrangência (regional, nacional ou internacional), regularidade, entre outros aspectos. Posteriormente em 2014 o Diagnóstico do Design Brasileiro (CBD, 2014) apresentou com mais consistência os prêmios existentes em relação à periodicidade (16 anuais, 6 bienais), aos que apresentaram intervalos irregulares (4), e aos setores envolvidos, além de mostrar um equilíbrio de oferta entre eventos destinados à profissionais, estudantes ou ambos.

É possível inferir que o aumento de iniciativas de premiações em design, a partir de 1995, deveu-se, entre outros aspectos, ao fato de estarem alinhadas à uma política pública de promoção do design brasileiro (BRASIL, 2024). Uma das ações protagonizadas pelo PBD, foi o programa *Design & Excellence Brazil* – DEB (DEB, 2006), entre os anos de 2003 e 2012. Esta ação fomentou a

participação de empresas brasileiras em premiações internacionais, em especial no *iF Design Award* (Fonseca, 2022).

Com o encerramento do PBD em 2019 (Brasil, 2019), ficou evidente que algumas empresas brasileiras haviam compreendido a oportunidade e relevância da participação em premiações de design. Fato esse que pôde ser percebido na premiação *iF Design Award* em 2024, onde o Brasil se posicionou entre os 10 países mais premiados no mundo (Buso, 2024), mesmo após o encerramento do programa de fomento e promoção como o DEB (CBD, 2024). Contudo, muitas empresas, em especial pequenas e médias, ainda estão pouco sensibilizadas para o uso do design como estratégia de competitividade (Raulik-Murphy, 2010).

Nesse contexto, com uma maior experiência e interesse das empresas em participar de premiações de design, tanto nacionais quanto internacionais, formou-se um ambiente propício para a criação de diversas novas premiações nacionais. Mesmo sem subsídio governamental e com qualidade para atenderem os requisitos para um alcance internacional (Castro, 2024).

Apesar dos prêmios permitirem que se tenha um recorte, um retrato, das melhores produções de design de um determinado momento, cabe identificar entre as inúmeras ações disponíveis quais podem ser consideradas mais confiáveis e relevantes para servirem como uma amostragem qualificada dessa produção. Corroborando com James Self (2014), existem vários estudos que tratam da relação entre prêmios de design e sucesso comercial. Porém poucos estudos exploram a percepção sobre a reputação desses prêmios; evidenciando a necessidade de explicitar diretrizes e indicadores para facilitar a avaliação dessas premiações, assim como para a mensuração e maximização dos impactos de estratégias adotadas (Sung, 2007; Sun et al, 2010; Self, 2014).

Como objeto de análise nesse artigo foi definida a premiação *Design for a Better World* (DFBW), prêmio criado e gerenciado no Brasil pelo Centro Brasil Design (CBD), que se encontra em sua 4ª edição. As edições ocorreram em 2021, 2022, 2023 e está em andamento a quarta edição no ano de 2024 (DFBW, 2024). O DFBW possui características e um processo de gestão próprias que justificam sua escolha para essa análise. Inicialmente por ter sido proposto por uma instituição reconhecida e consolidada, o Centro Brasil Design, organização sem fins lucrativos que desde 1997 atua nacional e internacionalmente com promoção de design. Sua expertise conta ainda com a participação direta na gestão de diversas ações relevantes do PBD como: a Bienal Brasileira de Design; o Programa *Design & Excellence Brazil*; o Programa Via Design e o Programa *Design Export* (CBD 2024, Fonseca, 2019). Também atua desde 2009 como o escritório representativo do *iF Design Award* no Brasil.

Em 2018 o CBD foi a primeira instituição da área do design a pertencer a Rede Brasil do Pacto Global, iniciativa das Nações Unidas (ONU) formada por empresas e organizações sem fins lucrativos que adotam valores fundamentais e internacionalmente aceitos em suas práticas de negócios. Esta busca por estar relacionada à ONU vai estar diretamente explicitado nos objetivos do DFBW. Nesse contexto, diferentemente de outras premiações de design que possuem foco mais direcionado à questões estético-formais, o DFBW busca também estimular e dar visibilidade a soluções inovadoras que abordam desafios globais. Desde o bem-estar humano à sustentabilidade, ou seja, lança desafios para solucionar problemas reais e transformar vidas, com intuito de inspirar e transformar a sociedade (CBD, 2024), imprescindíveis em um mundo em transformação.

Figura 1 – Identidade visual do DFBW Award 2024.



Fonte: site do prêmio DFBW Award (2024).

A definição do DFBW como objeto de análise se deu por essa abordagem original que extrapola as frequentes premiações focadas apenas em questões formais e funcionais, e que expande o olhar sobre o campo de atuação do design. Conceitos esses que ficam explicitados e materializados tanto na solução gráfica de sua marca, desenvolvida pela Straub Design (FIG. 1), quanto no troféu, desenvolvido pela Furf Design, que usa o simbolismo do curupira, entidade que protege as florestas, que avança para o futuro, mas com os pés apontados para trás, convidando para se conhecer e não se esquecer do passado (DFBW, 2024).

## 2 Metodologia

A metodologia do presente artigo baseia-se no levantamento e análise documental de discussões sobre premiações de design. Trata-se de uma pesquisa qualitativa descritiva (Denzin; Lincon, 2018), com foco na compreensão das práticas de design, suas implicações e seus impactos para o desenvolvimento da sociedade. A coleta de dados envolveu pesquisas de dados primários e secundários disponíveis em documentos e páginas da web; bem como entrevistas com profissionais envolvidos na premiação no Centro Brasil Design. A análise de dados foi realizada por meio de uma abordagem qualitativa descritiva, com a utilização de técnicas de análise de conteúdo. Esta abordagem permitiu identificar padrões, temas recorrentes e insights relevantes sobre as práticas de design no contexto das premiações. A pesquisa apresenta algumas limitações, como a possibilidade de vieses nas entrevistas. No entanto, é possível identificar um padrão nos discursos em relação à busca por credibilidade em ações de premiações.

Inicialmente coube entender e caracterizar o DFBW como um prêmio de design, já que se apresenta como uma distinção ou premiação conferida por certos méritos alcançados dentro campo do design. Para evidenciar sua relevância foram analisados e identificados em sua estrutura, fatores que podem caracterizar e definir uma premiação de design como credibilidade. Outros fatores podem também ser considerados limitadores para o reconhecimento de sua relevância e idoneidade, como as eventuais premiações em dinheiro e direito da participação do organizador nos projetos premiados (Sung; Nam; Chung, 2010). Os elementos analisados foram identificados em discussões apresentadas sobre a representatividade das premiações de design (Self, 2014) em análise com outros autores que também vem estudando as questões referentes a representatividade das premiações de design, e que podem ser compreendidos como: a) área ou campo específico; b) periodicidade; c) apoio e patrocinadores e d) ações de divulgação; assim como a abordagem da premiação como sendo em âmbito nacional ou internacional.

### 3 Resultados

O estudo de caso realizado junto à premiação DFBW, pautou-se inicialmente pela análise da transparência, identificação e dos encargos dos atores envolvidos: organizadores, júri, critérios de julgamento adotados, delimitação das categorias e premiações (Gemser; Wijnberg, 2002).

O DFBW é uma iniciativa realizada pelo Centro Brasil Design (CBD), instituição sediada em Curitiba, que procura reconhecer e divulgar soluções inovadoras em design que proporcionam impacto positivo na sociedade. Nessa premiação, o CBD tem por premissa que design para um mundo melhor está representado por produtos, projetos, serviços e experiências que tenham o objetivo de melhorar nossa qualidade de vida e o ambiente em que vivemos (CBD, 2024). A estrutura administrativa do DFBW é constituída por um conselho consultivo com 17 membros que abrangem diversos setores, como o setor produtivo, o setor profissional com especialistas em design gráfico, produto, serviço; comunicação, mídia; entre outros, além de contar com profissionais de outras áreas afins como jornalistas, arquitetos e consultores de áreas como inovação e sustentabilidade (CBD, 2024).

Nas edições realizadas nos anos de 2021, 2022, 2023 e em andamento a edição 2024, foram identificados apoiadores regulares do setor público, fato que se percebe nas diversas edições realizadas, sejam do próprio governo, secretarias, autarquias ou instituições vinculadas. No caso do governo municipal de Curitiba, onde o prêmio está sediada, o apoio da Prefeitura Municipal de Curitiba, do Vale do Pinhão (Ecossistema de Inovação de Curitiba), Agência CWB (empresa municipal que fomenta o desenvolvimento socioeconômico por meio do incentivo a empresas e empreendedores); de órgãos do estado do Paraná como o Museu Oscar Niemeyer; de instituições da região sul como o Banco Regional de Desenvolvimento da Região Sul (BRDE); e de instituições federais como o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Foram identificadas a participação e apoio em todas as edições de distintos setores profissionais, privados, cabendo salientar entidades reconhecidas como: Associação Brasileira de Embalagem (ABRE) que atua desde 1967 no desenvolvimento do ecossistema da embalagem brasileira; a Associação Brasileira da Indústria de Iluminação (ABILUX) que desde 1985 trabalha pela maior eficiência e produtividade do setor, além do reconhecimento pela qualidade e design próprio; a Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica para Revestimentos, Louças Sanitárias e Congêneres (ANFACER) que desde 1984 promove o desenvolvimento e competitividade dos produtos brasileiros, terceiro maior produtor mundial de revestimentos cerâmicos; assim como o Sindicato da Indústria das Indústrias do Mobiliário de Bento Gonçalves (SINDMÓVEIS), entidade que desde 1977 representa e fomenta a inovação entre as empresas do principal polo moveleiro do país.

Especificamente no que se refere ao apoio dos profissionais da área do design verificou-se o apoio formal de representação profissional da Associação Brasileira de Empresas de Design (ABEDESIGN) constituída desde 2005 exclusivamente por pessoas jurídicas nas diversas áreas de prestação de serviços de Design; assim como também, individualmente, por estúdios de design de relevância nacional como Ana Couto, Furf, Greco e Straub, e de instituições como o Centro Capixaba de Design. Cabe salientar que o DFBW conta com reconhecimento e o apoio formal da premiação internacional *iF Design Award*, um dos mais importantes prêmios de design do mundo, fundado em 1953 e coordenado e sediada na Alemanha pelo *iF International Forum Design*.

A participação na premiação está aberta à empresas, escritórios de design ou de áreas afins, acadêmicos de design e ou de áreas afins. O regulamento está disponibilizado em português e inglês para incentivar a participação de empresas e designers de fora do Brasil. A participação de estrangeiros, no entanto até a terceira edição, aconteceu porém não foi numericamente representativa, mas entendendo que este é um prêmio ainda em consolidação e que não oferece, como atrativo, premiação em dinheiro.

Cabe salientar a aspiração do DFBW em ser uma premiação com maior representatividade entre os participantes ao indicar que estudantes, pessoas pretas, povos e comunidades originárias, pessoas com deficiência (PcD) e Organizações da Sociedade Civil, tem direito a descontos na inscrição. Especificamente no ano de 2024, em razão da situação de calamidade pública do estado Rio Grande do Sul, esse desconto foi ampliado para empresas e designers desse estado.

Sobre o corpo de jurados verificou-se que ele é rotativo, sendo alternada a participação de jurados a cada edição para permitir uma dinâmica distinta nos processos de avaliação e para favorecer a imparcialidade na seleção dos projetos vencedores. O júri é composto por profissionais identificados como referências, nacional e internacional, em diversas especialidades relacionadas a premiação, o que garante nas avaliações, a multiplicidades de abordagens possíveis.

Em um levantamento sobre o corpo de jurados nas três edições ocorridas, verificou-se uma variação na quantidade de participantes: 2021 com 25 jurados, em 2022 com 32 jurados e em 2023 com 24 jurados (DFBW, 2024). Na informação disponível não foi possível, identificar a justificativa para a variação no número de membros na edição de 2022, porém ciente de que foi apenas a segunda edição, ainda em fase de ajustes e consolidação, e envolvendo uma temática bem distinta das premiações tradicionais.

Foi possível identificar que o número de jurados é maior do que em outras premiações reconhecidas de design brasileiro, como o Salão Design que existe de 1988, do Prêmio Design Tomie Ohtake ou do Prêmio Tok Stok de Design Universitário que encerrou em 2023. No BDA - Prêmio Brasileiro de Design também há uma quantidade maior de jurados, porém estes analisam dentro de categorias distintas variando de nove a treze integrantes por categoria. Foi possível inferir que, com uma maior quantidade de jurados, o DFBW procura valorizar a diversidade de opiniões, de diferentes expertises, sobre um mesmo tema.

Não está explicitado nas informações disponibilizadas qual o critério na seleção do perfil dos jurados em cada edição (DFBW, 2024), porém percebeu-se a participação relevante de representantes especialistas da academia (ensino e pesquisa) e do mercado (setor produtivo e prestadores de serviços na área do design). Esta composição é sempre combinada com uma participação eclética e heterogênea dos demais jurados, como articulistas e críticos, do poder público e de associações setoriais. Em todas as edições se constatou uma significativa participação de não designers (sem formação acadêmica específica de design), mas que são atuantes e especialistas em diversas áreas afins como antropólogos, produtores culturais, arquitetos, engenheiros, jornalistas e ativistas sociais (Quadro 1). Também houve a participação de jurados estrangeiros, mas que mantém ou mantiveram conexões com o Brasil em suas carreiras acadêmicas ou profissionais. A exemplo de Lesley-Ann Noel de Trinidad e Tobago, que estudou design no Brasil e é professora na North Carolina State University; Darragh Murphy, designer irlandês com consultoria de design e inovação no Brasil; ou Marko Brajovic, arquiteto e designer croata

naturalizado brasileiro.

Essa diversidade explicita o desejo do DFBW de propiciar um espaço para o debate e evitar um júri composto apenas por designers avaliando projetos de design. A equidade de gênero esteve sempre presente na composição do corpo de jurados, bem como a preocupação em ter representatividade geográfica entre os membros, favorecendo diferentes leituras e avaliações dos projetos.

**Quadro 1 – Áreas de atuação dos jurados DFBW (2021, 2022 e 2023).**

Área de atuação do jurado	2021	2022	2023
academia	03	03	02
mercado	06	10	09
poder público	01	01	01
estrangeiros	02	01	01
ativistas	05	05	03
multidisciplinares (áreas afins)	07	12	09

Fonte: site do prêmio DFBW Award (2024).

Cabe salientar que em todas as edições houve a repetição de alguns jurados, identificados a seguir: 16 jurados participaram das edições 2021 e 2022; 07 jurados participaram das edições 2022 e 2023; e 3 jurados participaram nas 3 edições (DFBW, 2024). Esta configuração, aponta Letícia Castro (2024), Diretora Superintendente do CBD, procurou evidenciar a manutenção de um corpo técnico experiente e familiarizado com os critérios de organização e condução das avaliações entre as distintas edições. Ressalta ainda que não houve entre os jurados das edições analisadas a participação de membros da comissão organizadora do DFBW.

Com relação às categorias de premiação do DFBW, nas três edições foram consideradas as seguintes categorias: a) Arquitetura e cidades; b) Design de Produtos, Serviços e Embalagens; c) Design Gráfico, Digital, UX/UI e Comunicação e d) Conceito. As categorias têm uma denominação genérica para facilitar as grandes áreas ou temáticas abordadas em cada uma, mas que podem ser melhor entendidas a seguir:

**Arquitetura e Cidades:** Projetos arquitetônicos de prédios; edifícios públicos; espaços de trabalho; *green buildings*; residências; espaços comerciais e de entretenimento; *stands*; áreas verdes; projetos paisagísticos; design de interiores; bairros planejados; uso apropriado do solo, da água, da energia; destinação correta de resíduos; soluções baseadas na natureza; valorização do verde; planejamento urbano sustentável; mobilidade urbana; desenvolvimento econômico; cidades resilientes; cidades criativas; cidades inteligentes, entre outros.

**Design de Produtos, Serviços e Embalagens:** Produtos; design de serviços; embalagens; moda; design social; design inclusivo; expografia; pontos de venda; gestão do design; DIY (*Do It Yourself*); design vernacular; artesanato; *food design*; entre outros.

**Design Gráfico, Digital, UX/UI e Comunicação:** Identidade visual; cartazes; ilustrações; projetos editoriais; *branding*; sinalização; tipografia; aplicativos; *User Experience – UX*; *User Interface – UI*; *games*; animações; sites; metaverso; campanhas publicitárias; vídeos e animações para campanhas; *hot sites*; marketing digital; entre outros.

**Conceito:** Projetos de profissionais ou estudantes que não estão no mercado e tem um

caráter de teste ou protótipo, nas categorias Design de Produtos, Serviços e Embalagens; Design Gráfico, Digital, UX, UI e Comunicação; Arquitetura e Cidades.

Dentro dessas 4 macros categorias de premiação apresentadas é possível abranger as principais áreas dentro dos campos do design, porém ciente do dinamismo do design onde constantemente surgem novas áreas de atuação.

Os critérios de avaliação e julgamento são explicitados nos editais disponíveis (DFBW, 2024) e indicam que os projetos inscritos são avaliados sob três verticais: “Design”, “Inovação” e “Impacto”, onde para cada uma das categorias existem critérios específicos. Os projetos são pontuados individualmente, onde o item Impacto tem peso 3 e os itens Design e Inovação têm peso 1 (Quadro 2).

Os critérios são definidos conforme as categorias:

**Quadro 2 - Transparência da categorização, critérios e pesos da premiação**

Categorias	critérios	pesos	parâmetros de análise
Design de Produtos, Serviços e Embalagens	Design	peso 1	Estética; Forma e Função; Contexto de Uso e Experiência
	Impacto	peso 3	Materiais e Processos; Uso, consumo e logística; Impacto Social
	Inovação	peso 1	Diferenciação e originalidade; Viabilidade; Grau de Solução de Problema
Design Gráfico, Digital, UX/UI e Comunicação	Design	peso 1	Estética; Forma e Função; Contexto de Uso e Experiência
	Impacto	peso 3	Alcance; Materiais e Processos; Impacto Social
	Inovação	peso 1	Diferenciação e originalidade; Viabilidade; Grau de Solução de Problema
Arquitetura e Cidades	Design	peso 1	Diferenciação e originalidade; Viabilidade; Grau de Solução de Problema
	Impacto	peso 3	Alcance; Materiais e Processos; Impacto Social
	Inovação	peso 1	Diferenciação e originalidade; Viabilidade; Grau de Solução de Problema
Conceito	Design	peso 1	O projeto será submetido a os critérios correspondentes à categoria em que foi inscrito.
	Impacto	peso 3	O projeto será submetido a os critérios correspondentes à categoria em que foi inscrito.
	Inovação	peso 1	O projeto será submetido a os critérios correspondentes à categoria em que foi inscrito.

Fonte: site do prêmio DFBW Award (2024).

A Instituição organizadora do DFBW premia com troféu, de valor simbólico, e promove a divulgação pública dos resultados tanto as empresas e como os designers. Há inclusão dos premiados em e-book bilíngue de livre acesso, além da indicação dos premiados para participar de palestras, eventos e *talk shows*. Oferece um evento com cerimônia de premiação, que em 2023 ocorreu em Curitiba no Museu Oscar Niemeyer, vinculado ao governo do estado do Paraná, sendo considerado um dos maiores museus de arte da América Latina.

Cabe salientar que a organização do DFBW não assume nenhuma parceria, responsabilidade

ou participação com a eventual venda ou divulgação dos produtos, conceitos ou serviços premiados. Os premiados podem utilizar o Selo DFBW e participar de uma rede de parceiros nacionais e internacionais do CBD.

#### 4 Discussão

A análise das informações disponibilizadas pela organização do DFBW para definir a sua credibilidade enquanto premiação de design levou em consideração as seguintes questões: transparência das informações; representatividade e rotatividade do corpo de jurados; critérios de avaliação e julgamento; categorias e áreas de premiação; abrangência internacional; e divulgação.

A estrutura organizacional do DFBW considerou as recomendações de apresentar e envolver, entre os atores reconhecidos, organizadores, jurados e premiados. Atendeu a condição de periodicidade, já que foi conferido mais de uma vez, com edições anuais em 2021, 2022, 2023 e atualmente em 2024 em sua quarta edição (Sung et al., 2010).

O DFBW também se apresenta como uma premiação, um reconhecimento público de excelência com foco em design, e não como uma competição, com oferta de prêmios monetários e materiais. Não inclui na premiação a possibilidade de direito de comercialização ou parceira nos projetos, e nem na promoção de potenciais clientes da instituição promotora (Sung et al., 2010).

Com relação aos jurados se identificou a dinâmica de rotatividade em cada edição para garantir imparcialidade e transparência; evitar favoritismos e preferências pessoais, assim como promover a diversidade de opiniões. A equidade de gênero; jurados oriundos de regiões e formações distintas, também reforçou a diversidade de opiniões e experiências dos jurados. Diferentemente de outras premiações globais de design, não foram selecionados apenas jurados internacionalmente reconhecidos (Şahin et al., 2028), mas houve uma ênfase em profissionais e especialistas brasileiros ou com conhecimento da realidade do design brasileiro (DFBW, 2024). Para justificar e explicitar a transparência foi apresentado resumidamente, em cada edição, suas qualificações e competências para compor o corpo de jurados (Sung et al., 2009). No caso do DFBW, mesmo com uma porcentagem de jurados que se repetiu em algumas edições, houve uma significativa renovação a cada edição, assim como também não houve a participação de membros da organização entre os jurados.

Apesar de ser uma premiação de design, a participação foi não apenas de designers, mas também de pessoas físicas e jurídicas, assim como de estudantes, evitando se posicionar como uma premiação "classista", apenas para designers, já que tem como objetivo estimular e premiar soluções inovadoras para os desafios globais. As informações do regulamento apresentam os critérios de avaliação, pesos e categorias, além de oferecer versões em português e inglês, evidenciando um caráter internacional que o evento pretende atingir.

Cabe apontar ainda o diferencial do prêmio, mais inclusivo e com ações afirmativas, ao oferecer desconto nas inscrições para estudantes, pessoas pretas, povos e comunidades originárias, pessoas com deficiência (PcD) e Organizações da Sociedade Civil. Nesse caso reconhecendo que o DFBW é uma iniciativa privada que precisa arcar com todos os custos de organização e realização.

O apoio de órgãos governamentais e privados, assim como de designers, em todas as edições evidenciam a credibilidade alcançada pelo DFBW. Porém cabe reforçar que a parceria com o *iF Design Award*, um dos mais prestigiados prêmios de design do mundo, que oferece aos premiados no DFBW a possibilidade de participação sem o pagamento da taxa de inscrição, ajuda a legitimar e aumentar a credibilidade do evento assim como no reconhecimento da qualidade dos projetos premiados. O *iF Design Award* está em um patamar das poucas e reconhecidas premiações globais de design que estabelecem os padrões de qualidade dos produtos de classe mundial, junto a outras como o *Red Dot* e o *German Design Award* também da Alemanha, *Good Design Award* (G-Mark) do Japão, *A' Design Award* da Itália, *International Design Excellence Awards* (IDEA) dos Estados Unidos da América, entre outros (Sung et al., 2009).

Também deve ser considerada a expertise e conexões do CBD e sua equipe, instituição promotora do DFBW. O CBD coordenou o Programa *Design & Excellence Brazil* de 2007 a 2012, ação que sensibilizou, selecionou e apoiou financeiramente empresas para participarem do *iF Design Award*, assim como na gestão das atividades do *If Representative Office Brazil* a partir do ano de 2009 até a presente data (Fonseca et al., 2022).

Nesse estudo objetivou-se entender as atitudes e os diferenciais adotados na construção da reputação de uma premiação de design e assim permitir inferir possíveis benefícios e impactos positivos que podem ser produzidos para as empresas e projetos participantes (Xia et al., 2015). Assim, foi possível concluir que os resultados obtidos nesse artigo, com uma abordagem qualitativa, serviram para caracterizar a credibilidade do DFBW, uma premiação ainda em consolidação, fundamentada a partir de uma perspectiva da sua condução com a adoção de boas práticas, reconhecidas pela transparência e imparcialidade. Os dados qualitativos utilizados reforçaram a visão dos autores citados de que esses podem ser critérios para a validação da relevância, porém não se propõe a ser uma única métrica, sendo evidente que somente a relação entre esses fatores não esgotam o tema, sendo necessário ampliar a discussão para outras questões como as taxas de participação, formatos das entregas, análise da qualidade dos produtos e serviços premiados, produtos premiados e sucesso comercial, assim como seu impacto na mídia.

São explicitadas também as oportunidades de futuras pesquisas sobre os impactos posteriores da premiação, e como isso pode modificar a percepção de qualidade dos consumidores (Sung et al., 2010; Strhan, 2019); assim como buscar entender como as empresas premiadas no DFBW se posicionam sobre esse fato nas comunicações, seja na percepção de valor da empresa, seja na reputação, na promoção e competitividade de novos produtos e serviços, para aumentar ganhos financeiros, demonstrar as competências em design, ou mesmo para encorajar maior competição interna (Sung et al., 2010).

## Referências

BRASIL. **Programa Brasileiro de Design**. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. 22/11/2023. Disponível em <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/competitividade-industrial/design>. Acesso em 07 de maio 2024.

- BRUM, Ana; BUSO, Juliana; CASTRO, Leticia. **Indicador de Desempenho do design brasileiro no mercado internacional**. 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Belo Horizonte, 2016.
- CASTRO, Letícia. Entrevista [concedida a Ana Brum]. Curitiba, 28 jun. 2024.
- CENTRO BRASIL DESIGN - CBD. Disponível em: <https://www.cbd.org.br>. Acesso em: 5 jul. 2024.
- DFBW. **Design For a Better World**. disponível em: <<https://dfbwaward.com/>> acesso em 01jun2024.
- COX, George. **Cox review of creativity in business: building on the UK's strengths**. London: Design Council, 2005. Disponível em: [http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.hm-treasury.gov.uk/independent\\_reviews/cox\\_review/coxreview\\_index.cfm](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.hm-treasury.gov.uk/independent_reviews/cox_review/coxreview_index.cfm). Acesso em: 5 jul. 2024.
- DESIGN EXCELLENCE BRAZIL – DEB. **Catálogo Excellence Brazil: 2003 – 2006**. São Paulo: APEX-Brasil, 2006.
- Diagnóstico do Design Brasileiro**. Disponível em: <[http://www.cbd.org.br/wpcontent/uploads/2013/01/Diagnostico\\_Design\\_Brasileiro\\_Web.pdf](http://www.cbd.org.br/wpcontent/uploads/2013/01/Diagnostico_Design_Brasileiro_Web.pdf)>. Acesso em março de 2024.
- FONSECA, Ken Flávio Ono; HEEMANN, Adriano; RAULIK-MURPHY, Gisele Cristine; PEREIRA, Juliana Mascaro Buso. **Estratégia de promoção do design no brasil: considerações sobre o programa Design & Excellence Brazil**. *Projética*, Londrina, v. 13, n. 1, p. 64-91, 2022.
- GEMSER, Gerda; WIJNBERG, Nachoen M. **The economic significance of industrial design awards: a conceptual framework**. *Design Management Academic Review*, Boston, MA, v. 2, n. 1, p. 61-71, 2002.
- GOUVEIA, Ana Leocadia Souza Brum Donikian. **Os ganhos competitivos das empresas brasileiras vencedoras no prêmio internacional iF Product Design Award**. 2011. 124 f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Organizações e Desenvolvimento) – FAE - Centro Universitário, Curitiba, PR, 2011.
- MOZOTA, B B de; KLOPSH, C.; COSTA, F. C. X. **Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa**. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- PATROCÍNIO, Gabriel; BOLTON, Simon. **Temas emergentes na literatura sobre políticas de design**. *Arcos Design*, Rio de Janeiro, v. 9; n. 1, jun. 2013.
- PEREIRA, Juliana. Entrevista [concedida a Ana Brum]. Curitiba, 28 jun. 2024.
- RAULIK-MURPHY, G., Cawood, G., & Lewis, A. (2010). **Design Policy: An Introduction to What Matters**. *Design Management Review*, 21(4), 52-59.
- ŞAHİN, Damla; ÇALGÜNER, Alper; YAVUZCAN, H. Güçlü. **Design awards as a design promotion activity: international Design Awards**. *Journal of Science*, Ankara, Turkey, v. 6, part B, p. 45-55, 2018.
- SELF, James A.. **Mind the Gap: Perceptions of Design Awards from the Wild**. *International Journal of Design*, vol. 8 n. 3, 2014.
- STRHAN, Rastislav. **Use of National Design Award in Marketing Communication**. In: *Trends and Challenges in the European Business Environment: Proceedings of the 6<sup>th</sup> International Scientific Conference on Trade, International Business and Tourism*. Bratislava: University of Economics in Bratislava, 2019, pp. 426-435.
- SUNG, Tung-Jung. **An empirical study of the perceived values of world-class design awards for Taiwan's design-award-winning firms**. IASDR 07 - International Association of Societies of Design

Research. The Hong Kong Polytechnic University, 2007.

SUNG, Whan Oh; NAM, Ki-Young, CHUNG, Kyung-won. **Strategic use of international product design award schemes.** Design Management Journal, Boston, MA, v. 5, n. 1, p. 72-86, 2010.

SUNG, Whan Oh; CHUNG, Kyung-Won; NAM, Ki-Young. **Reflections on Design Excellence through International Product Design Award Schemes.** The Design Journal. UK. V. 12, issue 2, P. 171–194. Jul. 2009.

Westin, Denise Gonçalves. **Design no Brasil - Relatório 2011 do Setor de Design.** Sebrae Nacional, Brasília, 2012.

XIA, Yusen; SINGHAL, Vinod R.; ZHANG, Peter G. **Product design awards and the market value of the firm.** Production and Operations Management, Baltimore, MD, v. 25, n. 6, p. 1038-1055, Jun. 2016.