

# PERFORMANCE DO DESIGN BRASILEIRO NO CENÁRIO GLOBAL: projetos brasileiros no *iF Design Award*

*PERFORMANCE OF BRAZILIAN DESIGN ON THE GLOBAL SCENARIO: Brazilian projects at the iF Design Award*

BRUM, Ana; Doutoranda; Centro Brasil Design

anabrum@cbd.org.br

PEREIRA, Juliana Buso; Especialista; Centro Brasil Design

juliana@cbd.org.br

FONSECA, Ken; Doutor; Universidade Federal do Paraná

ken@ufpr.br

## Resumo

Este estudo evidencia o desempenho do design brasileiro, seja por meio das empresas que investem em design ou pelos designers e estúdios de design, no contexto mundial. A abordagem se deu a partir de dados da participação brasileira em premiações de design de impacto global, no recorte temporal de 10 anos, de 2014 a 2024, após o final do programa governamental *Design & Excellence Brasil* que fomentou a participação de empresas em premiações internacionais de design. Foi realizado um estudo de caso especificamente no *iF Design Award* e os resultados obtidos apontaram o Brasil classificado entre os 10 principais países premiados no mundo, além de apresentar relevante taxa de conversão, que é a relação entre os inscritos e produtos premiados. Foram identificados padrões de evidências para os fatores de sucesso, atores em evidência, localização geográfica e setores produtivos que apresentam padrão global de qualidade em design.

**Palavras Chave:** prêmios de design; premiação internacional de Design; design brasileiro.

## Abstract

*This study highlight the Brazilian design performance in the global context, whether through companies that invest in design or designers and design studios. The approach was based on global impact design awards Brazilian participation, in a 10-year period, from 2014 to 2024, after the end of government program Design & Excellence Brasil, which encouraged the participation of companies in international design awards. A specific case study was carried out at the iF Design Award and the results showed Brazil ranked among the top 10 award-winning countries in the world, in addition to presenting relevant conversion rates, which is the relationship between entries and awarded products. Evidence patterns were identified for success factors, prominent actors, geographic location and production sectors that present design global standard of quality.*

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

## 1 Premiações como Estratégia de Promoção do Design

Existem várias maneiras de se destacar no mercado de design, seja estar atualizado com as tendências do mercado por meio de cursos, palestras e exposições; com a especialização em nichos ou áreas de atuação; com um portfólio diferenciado com variedade de trabalhos executados com a identificação de impactos positivos que o projeto promoveu; manter uma rede e conexões com pessoas e empresas do setor; e por fim, na temática abordada nesse estudo, com a participação em premiações e concursos (PEREIRA, 2024; SUNG et al, 2010).

Há o entendimento que os prêmios globais de design são uma importante forma de reconhecimento e validação na indústria do design e podem ter um impacto significativo na reputação, visibilidade e sucesso de empresas, designers e estúdios de design conforme pode ser constatado em depoimentos de designers premiados (STRHAN, 2019). A participação em premiações e concursos de design pode ajudar empresas e profissionais, mesmo jovens, a ganharem visibilidade e reconhecimento no mercado, além de fornecer um retorno de especialistas sobre seu trabalho.

Essa participação em premiações tanto pode ser uma ação individual, de um designer, de um estúdio de designers, de uma empresa ou quanto de um país. Premiações de design são relevantes em políticas de design de diferentes países (RAULIK-MURPHY et al., 2016; MOZOTA, 2011; SUNG et al., 2007), seja no incentivo à criação ou no fortalecimento de premiações existentes localmente (ŞAHIN; ÇALGÜNER; YAVUZCAN, 2018), com objetivo de aumentar a visibilidade e competitividade de empresas e produtos, no mercado local e global (COX, 2005).

O interesse nessa temática, da promoção do design enquanto uma política pública, visa fomentar a convergência entre criatividade e inovação, estimular e fomentar o design junto ao setor produtivo, para o progresso e competitividade de uma nação (ŞAHIN; ÇALGÜNER; YAVUZCAN, 2018). Tem sido tema de interesse nas últimas décadas em países com economias avançadas (COX, 2005; MAFFEI et al., 2013), e em países emergentes (ER, 1997; JOHNSON; COOK, 2014).

No Brasil essa temática também entrou na agenda das políticas desenvolvimentistas com a criação do Programa Brasileiro de Design (PBD) no ano de 1995 (PATROCÍNIO; BOLTON, 2016; RAULIK-MURPHY, 2010). Para aumentar a percepção dos benefícios que o design pode trazer na disseminação de produtos, serviços e da identidade local no contexto internacional (RAULIK-MURPHY, 2010), foram criadas diversas ações para estimular a promoção e visibilidade da produção em design brasileiro, entre as quais o Programa *Design & Excellence Brazil* (DEB), que teve por finalidade promover a visibilidade do design brasileiro através da participação de empresas e designers em premiações internacionais.

A participação em premiações de design tornam as empresas mais conhecidas, com maior valor percebido e melhor desempenho no mercado global do que aquelas que não são premiadas (ER, 1997; XIA; SINGHAL; ZHANG, 2016), assim como o consumidor também é positivamente influenciado por produtos premiados (ŞAHIN; ÇALGÜNER; YAVUZCAN, 2018), evidenciando a correlação entre a criação de recursos em design e a produção para mercados de exportação como um dos fatores importantes para o estímulo do desenvolvimento tecnológico e aumento das capacidades em design de um país (ER, 1997).

Cabe uma breve discussão sobre as várias classificações e definições possíveis para os prêmios de design, ou seja, uma distinção conferida a quem se destaca por certos trabalhos ou por certos méritos. Para estudos sobre esse tema envolvendo o design, porém são mais adequadas as definições ampliadas que preconizam a participação e envolvimento dos atores definidos como: organizadores, júri e premiados e a delimitação de categorias e critérios de julgamento adotados

(GEMSER; WIJNBERG, 2002). A regularidade dos prêmios e a aceitação de inscrições internacionais também são fatores relevantes para a representatividade de prêmios de design, assim como deve ser considerado como limitação aqueles que oferecem premiação em dinheiro e o direito do organizador em participar do projeto (SUNG; NAM; CHUNG, 2010).

A participação em premiações de design pode trazer, tanto às empresas, aos estudantes e aos profissionais do design, mais do que reconhecimento e prestígio pois validam o trabalho e demonstram a qualidade do trabalho executado. Atualmente as premiações mundiais de design de maior reputação, os "*Global Design Awards*", também promovem benefícios como: a) Visibilidade e alcance pois geram atenção e publicidade para os vencedores que recebem cobertura da imprensa mundial; b) Melhoria da reputação de designers e estúdios de design, o que pode atrair novos clientes e projetos; c) Estimulam a inovação e o pensamento criativo ao desafiar os designers a criar soluções inovadoras para problemas e oportunidades específicas; d) Conhecimento e networking com a oportunidade de conectarem-se com outros profissionais do setor e compartilharem conhecimentos e ideias (SUNG, 2007).

Conquistar uma premiação de design pode ser um processo desafiador, mas existem algumas diretrizes que podem ajudar designers e estúdios de design a aumentar suas chances de sucesso. O CBD, com experiência na gestão de estratégias para inserção de empresas e designers em premiações internacionais desde 2007 no *Design & Excellence Brazil* (DEB), assim como no *iF Representative Office Brazil* desde 2009 (CBD, 2004), aponta algumas questões que devem ser cuidadosamente observadas: a) Qualidade do projeto que será inscrito; b) Conhecer o prêmio antes de se inscrever e entender os critérios, as categorias, os prazos e as regras; c) Preparar uma apresentação eficaz de forma clara, concisa e visualmente atraente, com uma boa documentação fotográfica ou visual; e d) Divulgar o projeto para aumentar a visibilidade e o reconhecimento (PEREIRA, 2024).

Este estudo procura explicitar como o design brasileiro vem se projetando através da participação em premiações internacionais de design.

## 2 Metodologia

A fim de se obter novas interpretações e perspectivas acerca da performance do design brasileiro no cenário mundial, baseou-se em uma pesquisa qualitativa exploratória (FLICK, 2009), em distintas fontes de dados e múltiplas fontes de evidência dentro do contexto específico da premiação *iF Design Award*. Neste caso foi priorizada uma abordagem analítica (YIN, 2010). A revisão bibliográfica teve por base o portal de periódico da CAPES onde poucas publicações específicas sobre o prêmio foram identificadas, além de evidenciar diversos artigos de pesquisadores diretamente envolvidos com a iniciativa (FONSECA et al, 2022; BRUM; BUSO; CASTRO, 2016; PORTO; LOBO JUNIOR, 2016; GAZIRI; GOUVEIA; BUSO, 2014; GOUVEIA, 2011).

A pesquisa documental foi realizada na base de dados do *iF World Design Guide* (2019), em documentação disponibilizada pelo CBD e em arquivos do *iF Representative Office Brazil*, onde também foi realizada entrevista com a gestora do escritório (PEREIRA, 2024). Esse estudo organizou e explicitou os resultados obtidos nos últimos 10 anos da participação brasileira no *iF Design Award*, identificando padrões de evidências confiáveis e apropriadas (PUTTICK; LUDLOW, 2012) para ampliar a compreensão e possibilitar novas perspectivas e conclusões sobre a iniciativa. As evidências, indicadores qualitativos de desempenho, foram aqui entendidas como as medidas que indicam uma tendência do que aconteceu e não necessariamente a realização específica de objetivos pré-definidos, mas de reconhecer diferenças positivas no cenário e nos atores envolvidos (PUTTICK; LUDLOW, 2019).

### 3 A Performance do Design Brasileiro

É adequado conceber que o design brasileiro começou a se destacar internacionalmente a partir da segunda metade do século XX, com a modernização e o crescimento do seu parque industrial e aumento na produção de bens de consumo (LEON, 2009). O movimento modernista brasileiro, inicialmente com forte influência europeia, vai adquirir características próprias ao buscar valorizar a cultura nacional, colocando a arquitetura, o design de interiores e mobiliário brasileiro em evidência e em diálogo global com movimentos similares em outros países. Porém, nas grandes premiações de design que surgem especialmente na Europa pós-guerra, os designers e empresas brasileiras ainda se mantiveram afastados, com pouca participação até meados dos anos 2000.

As premiações globais, mais relevantes, são as que podem oferecer maior visibilidade, elevar o perfil dos designers individuais, mas também destacar a capacidade criativa e inovadora do país como um todo e abrir oportunidades para colaborações e negócios internacionais (SUNG, 2007; XIA et al, 2016; STRHAN, 2019).

Premiações como o *Red Dot Design Award*, *IDEA International Design Award*, *Good Design e iF Design Award* possuem representatividade internacional e compartilham de várias similaridades que caracterizam as premiações mais relevantes, entre elas: a divisão em categorias, regras para participação, periodicidade, critérios de premiação, corpo de jurados rotativo, participação em exposições, entre outros (ŞAHIN; ÇALGÜNER; YAVUZCAN, 2018). No caso do *iF Design Award*, foco desta pesquisa, entre as particularidades mais relevantes citados, o reconhecimento internacional é o mais expressivo por ser o prêmio mais antigo do setor. A premiação ocorre sem interrupções desde seu estabelecimento em 1953 e possui um forte vínculo com o setor industrial, o que diferenciava de outros prêmios que destacavam mais os aspectos culturais do design (DESIGN EXCELLENCE BRAZIL, 2006; GOUVEIA, 2011; IF WORLD DESIGN GUIDE, 2019).

#### 3.1 A participação do Brasil no *iF Design Award*

A participação brasileira no *iF Design Award* pode ser caracterizada em três momentos distintos: anterior ao ano de 2003, quando algumas poucas empresas e designers se inscreverem esporadicamente, de forma espontânea, cabendo referência a primeira premiação brasileira no *IF Design Award* no ano de 1992 com a icônica estação de ônibus do sistema BRT (*Bus Rapid Transit*) denominada “Estação Tubo - Sistema Integrado de Transporte Urbano”, desenvolvido e implementado na cidade de Curitiba pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (BAUER, 2024).

Posteriormente temos o período de 2003 a 2012 quando, como estratégia do Programa Brasileiro de Design, foi implementado por meio do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), o Programa *Design & Excellence Brazil* (DEB), que teve por finalidade promover a visibilidade do design brasileiro através da participação em premiações. Focado em apoiar a participação de empresas em uma premiação internacional relevante visando aumentar mais rapidamente a quantidade de produtos brasileiros com chancela de qualidade internacional em design, além de disseminar internamente uma cultura de produção e exportação de produtos de maior valor agregado (FONSECA et al, 2022). O DEB sensibilizou, selecionou e apoiou financeiramente empresas brasileiras a participarem do *iF Design Award*. Foi coordenado de 2003 a 2007 pela Câmara de Comércio e Indústria Brasil/Alemanha (AHK – *Auslandshandelskammer*) e posteriormente de 2007 a 2012 a pelo Centro Brasil Design, na época ainda denominado Centro de

Design Paraná (DESIGN & EXCELLENCE BRAZIL, 2006; GOUVEIA, 2011; PROGRAMA BRASILEIRO DO DESIGN, 2018). O programa alcançou resultados satisfatórios com perceptível impacto no aumento das participações e principalmente na premiação de produtos brasileiros (FONSECA et al, 2022).

Após esses dois momentos: inicialmente sem nenhum tipo de apoio ou promoção, depois com 10 anos de apoio governamental, e a fase posterior ao encerramento do programa, período de 10 anos em que se concentra essa pesquisa, de 2014 a 2024, com a participação de empresas e designers na premiação sem apoio financeiro governamental. Esse afastamento de uma década após o término do DEB permitiu uma análise e revisão dos fatos com mais informações e dados que podem permitir uma nova reflexão sobre a participação brasileira no *iF Design Award*.

De origem alemã, o *iF Design Award* é um dos maiores prêmios de design do mundo e completou 70 anos em 2024 (IF WORLD DESIGN GUIDE, 2019). Ao longo desse tempo, pequenos estúdios e grandes empresas - como Apple, Audi ou as brasileiras Tramontina e Portobello – estão entre os contemplados com o selo máximo do design mundial. A diversidade dos envolvidos que participam da premiação reflete a heterogeneidade das empresas de diversos portes, segmentos e países, bem como os criativos que inscrevem seus trabalhos, sejam designers, arquitetos, publicitários entre outras profissões da economia criativa.

Figura 1 – Infográfico *iF Design Award*



Fonte: os autores (2024)

Com a participação de mais de 70 países, o *iF Design Award* possibilita que empresas e criativos se inscrevam nas 82 categorias de 09 disciplinas. As disciplinas são: Produto, Embalagem, UX e UI, Comunicação, Interiores, Serviços, Arquitetura e Conceito. Ao longo de 70 anos são mais de 59.000 projetos premiados e mais de 1.600 premiados com a distinção *iF Gold*. O *iF Design Award* tem duas distinções quando um projeto é premiado; a primeira, que todos os premiados recebem, é o direito do uso do selo *iF Design Award*, o selo tradicional vermelho e que usa o ano da premiação. A segunda, é o troféu máximo, onde apenas 75 projetos recebem o selo dourado com o ano da edição. Também são contemplados com o troféu na cerimônia de premiação, uma honraria que apenas os destaques de cada edição recebem e tem o direito de subir ao palco na cerimônia de gala oferecida todos os anos na Alemanha para celebrar o melhor do design mundial. (IF WORLD DESIGN GUIDE, 2019).

Figura 2 – Logo do iF Design Award 2025



Fonte: [www.ifdesign.com](http://www.ifdesign.com) (2024)

A partir dos números apresentados sobre a premiação, considera-se relevante um olhar mais aprofundado sobre o comportamento da participação brasileira neste contexto mundial.

Quadro 1 - Ranking de países por número de projetos premiados no iF Design Award 2024

| Posição   | País                  | Número de projetos premiados |
|-----------|-----------------------|------------------------------|
| 1º        | China                 | 1336                         |
| 2º        | Taiwan                | 488                          |
| 3º        | Coréia                | 438                          |
| 4º        | Alemanha              | 352                          |
| 5º        | Japão                 | 292                          |
| 6º        | Estados Unidos        | 209                          |
| 7º        | Holanda               | 100                          |
| 8º        | Itália                | 79                           |
| <b>9º</b> | <b>Brasil</b>         | <b>70</b>                    |
| 10º       | Espanha               | 53                           |
| 11º       | Inglaterra            | 49                           |
| 12º       | Suécia                | 41                           |
| 13º       | Turquia               | 38                           |
| 14º       | Suíça                 | 36                           |
| 15º       | Bélgica               | 31                           |
| 16º       | França e Hong Kong    | 27                           |
| 17º       | Áustria e Índia       | 18                           |
| 18º       | Austrália e Dinamarca | 17                           |
| 19º       | Polônia               | 15                           |

|     |           |    |
|-----|-----------|----|
| 20º | Noruega   | 11 |
| 21º | Canadá    | 9  |
| 22º | Portugal  | 8  |
| 23º | Hungria   | 4  |
| 24º | Finlândia | 3  |
| 25º | Colômbia  | 1  |

Fonte: os autores com base em [www.ifdesign.com](http://www.ifdesign.com) (2024)

A classificação do Brasil em 2024 na 9ª posição em número de projetos premiados, à frente de economias mais tradicionais, evidencia que o país está bem-posicionado e com número expressivo de projetos de qualidade. Não se esquecendo que antes de 2004 o Brasil praticamente nem aparecia no *ranking*.

Desde 2009, o Centro Brasil Design, através de *iF Representative Office Brazil*, representa o *iF Design Award* no Brasil e estimula a participação tanto de empresas quanto de criativos brasileiros a submeter seus projetos ao crivo internacional. Desta forma, institucionalmente há um suporte nacional para que os candidatos recorram para tirar dúvidas sobre o enquadramento nas categorias, sobre o processo de júri, sobre o formato de envio de projetos, entre outras ações.

Os projetos brasileiros têm uma alta taxa de conversão que vem a ser métricas de desempenho ou indicadores que mostram a porcentagem de projetos premiados. De acordo com Best (2012), as métricas de desempenho são um mecanismo interno utilizado a fim de atingir e/ou superar os objetivos e metas definidos, assim como são utilizadas para revelar a eficiência e eficácia dos orçamentos. Ao utilizar os indicadores de desempenho como ferramenta do processo de gestão de design, contribui-se para a eficiência dos projetos (NEELY, 1998). Os indicadores de desempenho, segundo Garcia (2008), classificam-se em descritivos ou numéricos, quantitativos ou qualitativos. Os indicadores numéricos correspondem a um número absoluto ou a uma relação numérica entre dois eventos; já os indicadores quantitativos são representados com o uso de números como, por exemplo, percentual, volume ou variável, de forma quantificável; e os indicadores qualitativos expressam variáveis ou dimensões não quantificáveis em números, como iniciativa, valores, atitudes e capacidades.

Na pesquisa, buscou-se utilizar como indicador de desempenho a equação que contabiliza a quantidade de projetos brasileiros inscritos versus os projetos brasileiros premiados, constatando assim uma taxa de conversão em porcentagem como pode ser observado no quadro 2.

Quadro 2 – Indicador de desempenho da participação brasileira no *iF Design Award* de 2015 a 2024

| <i>iF Design Award</i> | Projetos Brasileiros Inscritos | Projetos Brasileiros Premiados | Indicador de desempenho |
|------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| 2015                   | 139                            | 43                             | 30.94%                  |
| 2016                   | 104                            | 39                             | 37.50%                  |
| 2017                   | 75                             | 27                             | 36.00%                  |
| 2018                   | 83                             | 28                             | 33.73%                  |
| 2019                   | 84                             | 16                             | 19.05%                  |
| 2020                   | 113                            | 30                             | 26.55%                  |

|      |     |    |        |
|------|-----|----|--------|
| 2021 | 96  | 22 | 22.92% |
| 2022 | 96  | 28 | 29.17% |
| 2023 | 145 | 68 | 46.90% |
| 2024 | 187 | 71 | 37.97% |

Fonte: os autores com base em [www.ifdesign.com](http://www.ifdesign.com) (2024)

A partir dos dados coletados de 2015 a 2024, constata-se que a média dos indicadores de desempenho dos projetos brasileiros é de 32,07 %. Uwe Cremering (2024), CEO do *iF Design Award*, corrobora com esta constatação quando menciona que “atualmente 30% dos projetos brasileiros que se inscrevem são premiados, na China a taxa fica em 8%.” Afirma também que os brasileiros estão à frente de inúmeros países em relação à criatividade e à inovação. No caso da China, atualmente o país com melhor ranking de projetos premiados (Quadro 1), é possível identificar a estratégia de aumentar o volume de projetos inscritos para aumentar a quantidade de produtos premiados, mesmo com uma taxa de conversão mais baixa; enquanto o Brasil, o 9º colocado, mesmo com menos premiações, tem indicador de desempenho e taxa de conversão mais positiva, indicando em geral uma menor quantidade de projetos inscritos, mas com melhor qualidade.

#### 4 Resultados

De acordo com os números da participação brasileira no *iF Design Award*, é possível constatar que há uma proporcionalidade equilibrada de inscrições versus premiados. Uma vez que as inscrições possuem um número positivo, há uma correspondência de premiados, o que demonstra a qualidade técnica dos projetos. Esta constatação pode ser observada na Figura 3, juntamente com a constatação que nos anos de 2023 e 2024 houve uma procura maior por inscrições identificando que o Brasil está mais competitivo internacionalmente.

Da edição de 2022 para a de 2023 foi registrado um aumento de 51% no número de projetos brasileiros inscritos, indicador que posiciona o Brasil não somente no ranking mundial entre os países com mais projetos premiados, como também sinaliza que o país está olhando cada vez mais para esta validação internacional que tende a crescer.

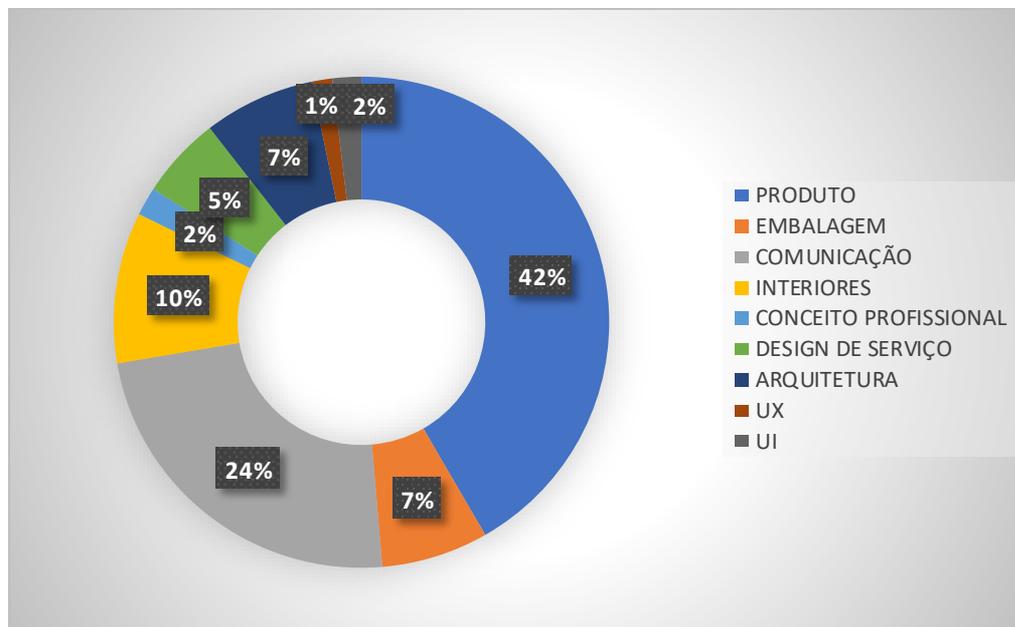
Figura 3 – Gráfico com Projetos Brasileiros Inscritos e Premiados



Fonte: os autores (2024)

Em relação às 9 disciplinas, a distribuição dos 372 projetos brasileiros premiados nos últimos 10 anos (2014 a 2024), apresenta uma participação considerável na disciplina Produto com 42% do total de premiados; seguidos de 24% em Comunicação; 10% em Interiores; e empatados com 7% Arquitetura e Embalagens. Esta constatação percebida na Figura 4, com a maior porcentagem na disciplina Produto, caracteriza uma forte busca das empresas e dos criativos pelo reconhecimento de seus projetos numa premiação que se consagrou como precursora de inovação. Uma vez que as empresas e os criativos conquistam o selo, principalmente na disciplina Produto, há uma maior reverberação por meio da indicação visual do selo no produto, na embalagem que protege o produto, na divulgação publicitária do produto e o designer que o desenvolveu também se fortalece com a conquista.

Figura 4 – Gráfico com Projetos Brasileiros Premiados em Disciplinas

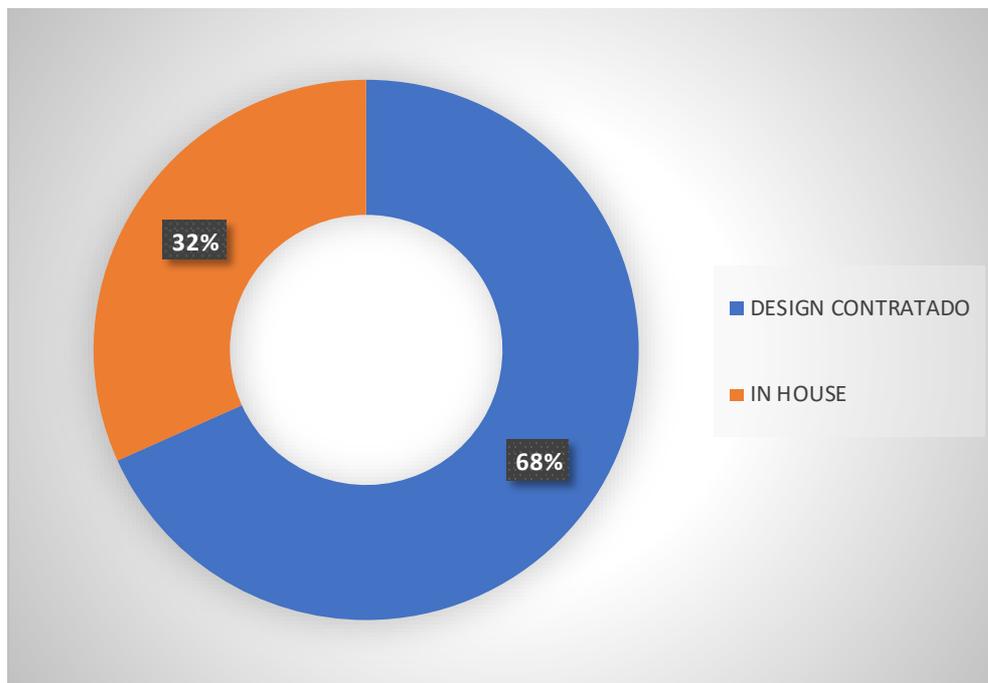


Fonte: os autores (2024)

As outras disciplinas que não aparecem com destaque como UX, UI, Conceito e Design de Serviço na premiação indicam a falta de percepção de valor ao participar da premiação, ou ainda que são áreas a serem melhor exploradas no contexto nacional.

A partir da Figura 5, pode-se observar um comportamento sobre a relação dos criativos com as empresas, onde 68% dos projetos premiados advém do trabalho criativo externo à empresa, ou seja, a empresa terceiriza o trabalho de desenvolvimento e com isso dois atores aparecem na premiação: a empresa que executa o projeto e o criativo que o concebe. Esta é uma particularidade da premiação, uma vez que tanto a empresa que produz e comercializa o projeto quanto a empresa criativa possuem espaço de notoriedade desde a inscrição até a cerimônia de premiação.

Figura 5 – Gráfico com a forma de atuação do criativo na empresa



Fonte: os autores (2024)

Neste contexto, percebe-se a importância de se obter uma premiação quando o designer é externo à empresa pois sua reputação fica ainda mais enaltecida e pode ser ampliada. Segundo Gustavo Greco (2024), o designer brasileiro que mais conquistou o troféu *iF Gold Award* (2014, 2015, 2017 e 2024), a premiação enaltece o designer e a empresa:

“Prêmios estabelecem padrões criativos, educam e inspiram. É ótimo para o nosso perfil, pois estão diretamente relacionados com a nossa reputação. Também é bom voltar para o nosso cliente e recompensá-lo por nos permitir fazer o que pensamos para aquele projeto. Prêmios também aumentam a consciência das pessoas sobre a importância do design.” (GRECO, 2024)

Por outro lado, os 32% dos projetos premiados que são desenvolvidos por equipes internas, caracteriza um comportamento de valorização de estruturas internas das empresas. Estas estruturas internas, possuem profissionais especializados e que também buscam a valorização em premiações, pois a consagração de projetos vencedores, também justifica a existência de tais estruturas.

Ainda em relação à distribuição dos premiados, observa-se que as empresas estão concentradas nos estados de SP, PR, MG, RS, SC, RJ e também fora do Brasil (Internacional) conforme pode ser observado do quadro a seguir. Em relação à localização internacional, trata-se de empresas que estão fora do território brasileiro, como Itália, Holanda e Estados Unidos; no entanto contrataram designers nacionais e conseqüentemente contabilizou para o Brasil.

Quadro 3 – Distribuição geográfica das empresas mediante os projetos inscritos *no iF Design Award* de 2015 a 2024

| <b>Estado Empresa</b> | <b>Projetos Brasileiros Premiados</b> |
|-----------------------|---------------------------------------|
| SP                    | 181                                   |
| PR                    | 54                                    |
| MG                    | 34                                    |
| RS                    | 29                                    |
| SC                    | 25                                    |
| RJ                    | 23                                    |
| Internacional         | 10                                    |
| CE                    | 4                                     |
| GO                    | 3                                     |
| DF                    | 2                                     |
| PE                    | 2                                     |
| AL                    | 1                                     |
| AM                    | 1                                     |
| BA                    | 1                                     |
| MA                    | 1                                     |
| RN/BA                 | 1                                     |

Fonte: os autores (2024)

Observando a distribuição geográfica dos designers, pode-se constatar certa similaridade em relação à concentração dos premiados estar em SP e PR. Neste caso também há a participação de designers internacionais que desenvolveram projetos para empresas nacionais. A procedência destes designers é da Alemanha e da Itália.

Quadro 4 – Distribuição geográfica dos designers mediante os projetos inscritos *no iF Design Award* de 2015 a 2024

| <b>Estado - Designer</b> | <b>Projetos Brasileiros Premiados</b> |
|--------------------------|---------------------------------------|
| SP                       | 205                                   |
| PR                       | 43                                    |
| RS                       | 32                                    |
| MG                       | 27                                    |
| RJ                       | 27                                    |
| SC                       | 25                                    |
| CE                       | 3                                     |
| GO                       | 3                                     |
| DF                       | 2                                     |
| PE                       | 2                                     |
| Internacional            | 2                                     |
| AL                       | 1                                     |

Fonte: os autores (2024)

Portanto, quando a análise é qualitativa consegue-se apurar alguns comportamentos que indicam quanto a participação brasileira vem se destacando no cenário mundial.

Outro fator identificado é a quantidade e constância de projetos contemplados com o *iF Gold Award* que pode ser observado no Quadro 5, tanto de forma quantitativa quanto qualitativa com o nome dos projetos e seus criativos.

Quadro 5 – Distribuição geográfica dos designers mediante os projetos inscritos no *iF Design Award* de 2015 a 2024

| Ano  | Números de projetos vencedores do <i>iF Gold Award</i> | Projetos vencedores e criativos   |
|------|--|---|
| 2015 | 6  | Camper Store (Marko Brajovic);<br>Livreria Cultura (Studio MK 27);<br>Initials (Casa Rex);<br>War on Drugo (Vetor Zero);<br>Luminária Ani (Pascali Semerdjian Arquitetos);<br>Palindromo#3 (Greco Design) |
| 2016 | 1  | C by B (Casa Rex)   |
| 2017 | 1  | CD Araújo (Greco Design)  |
| 2018 | 2  | Oito Viagens ao Brasil (Casa Rex);<br>Dancing Pavilion (Estúdio Guto Requena)   |
| 2019 |  |   |
| 2020 | 2  | Click Bracelet (Antonio Bernardo);<br>Docol Play (Docol)  |
| 2021 | 1  | Adega Cacho (Móveis James)  |
| 2022 | 1  | hilab (Hi Technologies)   |
| 2023 | 3  | Cambio Verde (Luiza Nery);<br>DN Apartment (BC Arquitetos);<br>Cova Medida (Café.art)   |
| 2024 | 3  | Brumadinho (Greco Design);<br>Campana (Pharus Bright Design);<br>Treevia (Victor Colhado)   |

Por se tratar de uma distinção dentro do prêmio *iF Design Award*, torna-se necessário levantar este destaque uma vez que o Brasil vem performando bem nesta iniciativa. Por ano são apenas 75 projetos premiados no mundo, e apenas em 2019 é que o Brasil não teve esta conquista, ano que coincide com uma desaceleração e queda industrial no mundo com impactos também na economia brasileira, quando deixou de figurar entre os dez maiores parques industriais e passou a 16ª posição mundial.

Cabe ressaltar os estúdios de design brasileiros mais premiados com o troféu *iF Gold Award*: a Greco Design de Belo Horizonte, com quatro; a Casa Rex e a Lumini, empresa do setor de iluminação, ambas de São Paulo, com três premiações.

## 5 Discussões

Os prêmios internacionais de design têm a importante função de fortalecer a reputação dos designers premiados, são uma forma de proteção do trabalho inscrito, certificam projetos de forma idônea além de dar credibilidade e visibilidade aos premiados como pode-se constatar ao analisar a performance do design brasileiro a partir de informações qualitativas e quantitativas no *iF Design Award*.

Percebe-se que o Brasil está bem-posicionado no cenário mundial, porém não há uma distribuição uniforme ou equitativa na participação por estados, com uma maior concentração tanto de empresa quanto de designers na região sudeste e sul, nos estados de São Paulo e Paraná.

É relevante que alguns setores como iluminação, joias, mobiliário, interiores e embalagem vêm se destacando ano após ano nas diversas edições do iF Design Award, indicando investimentos e esforços continuados na qualidade dos projetos e de execução. Ao mesmo tempo isso também aponta para alguns setores industriais que não estão devidamente sensibilizados para a relevância de participar de premiações internacionais como estratégia para aumentar o reconhecimento no mercado global, indicando, por exemplo, a necessidade de novas estratégias governamentais como foi o programa DEB no início dos anos 2000.

Há uma indicação de que empresas estrangeiras estão contratando designers brasileiros e que também empresas brasileiras estão contratando designers estrangeiros, o que indica a necessidade de estudos futuros a respeito desta prática quando se refere à projetos premiados no iF Design Award.

Como mérito das empresas e designers brasileiros constata-se que entre os 10 países mais premiados no iF Design Award, com exceção do Brasil, todos são classificados como economias industrializadas de alta renda (*high-income industrial economies*), países líderes da produção da indústria de transformação e exportadores de produtos classificados como de média e alta tecnologia, enquanto o Brasil ainda se caracteriza como economia industrial de renda média (*middle-income industrial economy*) segundo a Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial (UNIDO, 2024). Assim, os esforços individuais de empresas e designers para a participação em premiações internacionais de design como o iF Design Award podem trazer uma série de benefícios para o país, seja no fortalecimento da marca Brasil; no aumento da competitividade global, no estímulo à economia criativa e inovação, assim como a atração de talentos e conhecimentos especializados, impulsionando a economia e a exportação de produtos de maior valor agregado.

## 6 Referências

- BAUER, Juliana. **Estação-tubo curitibana foi primeira criação brasileira a ganhar o “Oscar” do design**. Revista Haus, 14 de outubro de 2019. disponível em: <https://revistahaus.com.br/haus/design/estacao-tubo-curitibana-um-icone-do-design-brasileiro-primeiro-produto-ganhar-if-design-award/>. acesso em 20 março de 2024
- BEST, K. **Fundamentos de Gestão do Design**. Porto Alegre: Bookman, 2012
- BRUM, Ana Leocadia de Souza; BUSO, Juliana Mascaro; CASTRO, Leticia; **Indicador de desempenho do design brasileiro no mercado internacional: a participação brasileira no prêmio iF Design Award**. Blucher Design Proceedings, São Paulo, SP, v. 9, n. 2, p. 5317-5325, 2016.
- CENTRO BRASIL DESIGN - CBD. Disponível em: <https://www.cbd.org.br>. Acesso em: 5 jul. 2024.
- 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.

- ER, Alpay H. **Development patterns of industrial design in the third world.** Journal of Design History, Oxford, v. 10, n. 3, 293-307, 1997.
- FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa.** Porto Alegre: Artmed, 2009.
- 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.
- GARCIA, R. L. M. **Eficiência em órgãos públicos: uma proposta de indicadores.** Rio de Janeiro: FGV, 2008.
- GAZIRI, Leticia Castro; GOUVEIA, Ana Leocadia de Souza Brum Donikian; BUSO, Juliana Mascaro. **O design brasileiro no cenário internacional a participação brasileira no prêmio iF Design Award.** Blucher Design Proceedings, São Paulo, SP, v. 1, n. 4, p. 2940-2949, 2014.
- 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.
- GRECO, Gustavo. Entrevista [concedida a Juliana Buso]. Curitiba, 25 jun. 2024.
- IF WORLD DESIGN GUIDE.** Disponível em: <https://ifworlddesignguide.com>. Acesso em: 10 jul. 2024.
- JOHNSON, Jeffrey; COOK, Matthew. **Policy design: a new area of design research and practice.** Complex Systems in Design and Management, Heidelberg, p. 51-62, 2014. DOI: [doi.org/10.1007/978-3-319-02812-5\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-319-02812-5_4).
- LEON, Ethel. **Memórias do design Brasileiro.** São Paulo, Senac São Paulo, 2009.
- MAFFEI Stefano; ARQUILLA, Venanzio; MORTATI, Marzia; VILLARI Beatrice. **Building an Evaluation Culture for Design Policies.** Design Policy Issues, Milano, n. 1, p. 1-14, 2013. Online. Disponível em: [http://www.deepinitiative.eu/wp-content/uploads/2013/09/Design\\_Policy\\_Issue\\_N1\\_Print.pdf](http://www.deepinitiative.eu/wp-content/uploads/2013/09/Design_Policy_Issue_N1_Print.pdf). Acesso em: 16 out. 2017.
- 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.
- NEELY, A. **Measuring business performance.** London: The Economist Newspaper and Profile Books, 1998.
- PATROCÍNIO, Gabriel; BOLTON, Simon. **Temas emergentes na literatura sobre políticas de design.** Arcos Design, Rio de Janeiro, v. 9; n. 1, jun. 2016.
- PEREIRA, Juliana M. B. Entrevista [concedida a Ana Brum]. Curitiba, 28 jun. 2024.
- PORTO, B A; LOBO JUNIOR, M. A. **O design latinoamericano no iF Design Award: algumas causas e consequências da presença brasileira.** In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM DESIGN, TECNOLOGIA E SOCIEDADE, 2., Brasília, DF. Anais [...]. Brasília: Universidade de Brasília, 2016. p. 59-62.
- 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.
- PUTTICK, Ruth; LUDLOW, Joe. **Standards of evidence for impact investing.** London: Nesta, 2012.

- Disponível em: <http://www.nesta.org.uk/library/documents/StandardsOfEvidenceForImpactInvesting.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2024.
- RAULIK-MURPHY, Gisele. **A comparative analysis of strategies for design promotion in different national contexts**. 2010. Tese (Doutorado) - Institute Cardiff, University of Wales, Cardiff, CF, 2010.
- RAULIK-MURPHY, G.; MURPHY, D.; CHRISTIANO, S. S. de; SANZ, C. M. **Revisão latino-americana do International Design Scoreboard: levantamento de dados para informação de políticas públicas de design**. Strategic Design Research Journal, São Leopoldo, RS, v. 9, n. 1, p. 2-13, Jan./ Apr. 2016.
- ŞAHIN, 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.
- 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, 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; SONG, Min Jeong; PARK, Jongmin; CHUNG, Kyung-won. **Changing roles of design promotion organization in the global context and a new theoretical model for a design promotion system**. In: IASDR CONFERENCE – EMERGING TRENDS IN DESIGN RESEARCH, 2., 2007, Hong Kong. Proceedings [...]. Hong Kong: The Hong Kong Polytechnic University Polytechnic University School of Design, 2007. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/228470045\\_Changing\\_Roles\\_of\\_Design\\_Promotion\\_Organizations\\_in\\_the\\_Global\\_Context\\_and\\_a\\_New\\_Theoretical\\_Model\\_for\\_a\\_Design\\_Promotion\\_System](https://www.researchgate.net/publication/228470045_Changing_Roles_of_Design_Promotion_Organizations_in_the_Global_Context_and_a_New_Theoretical_Model_for_a_Design_Promotion_System). Acesso em: 5 mar. 2024.
- UNIDO. **UNIDO Country Classification**. Methodological document. edition 2024. disponível em <https://stat.unido.org/sites/default/files/file/publications/country-classif-report-2024.pdf>. acesso em 10 de junho 2024.
- 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.
- YIN, R. K. **Estudos de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.