



EDITAL 01/2024 - 4C LAB DE MARCAS

SELEÇÃO DE MICROEMPRESAS OU AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES PARA DESENVOLVIMENTO DE MARCA E IDENTIDADE VISUAL

Projeto de Extensão 055803 da UFSM - “Observatório e Laboratório de Marcas da Quarta Colônia” torna pública a abertura de inscrições para a seleção de **MICROEMPRESAS OU AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES** para o desenvolvimento de marca e identidade visual. O 4C Lab é um projeto que faz parte do projeto estratégico **TERRITÓRIO IMEMBUY**. A seleção será feita conforme descrição das vagas no item 4 desta chamada e demais itens do presente Edital.

1 DO PROJETO

O presente projeto tem como objetivo a elaboração de marcas e materiais de identidade visual para microempresas ou agroindústrias familiares do Território Imembuy, mais especificamente nos territórios dos Geoparques Quarta Colônia e Caçapava, bem como prestar consultorias e oferecer cursos para a manutenção das identidades visuais, oferecendo serviços de comunicação para quem não tem condições de subsidiar esse tipo de serviço. Buscando atender a uma demanda específica de comunicação, o projeto de extensão 4C Lab de Marcas da Quarta Colônia propõe uma valorização das atividades comerciais locais a partir de um novo olhar para as marcas existentes na comunidade. Nosso objetivo é, ainda, promover as cidades da região como destinos turísticos. O projeto pretende ser, também, um espaço de experimentação e de aprendizado para estudantes da Universidade Federal de Santa Maria.

2 DAS INSCRIÇÕES

- 2.1. As inscrições serão realizadas no período **de 09/08/2024 a 19/08/2024**, somente por meio eletrônico, através do formulário disponível neste link: <https://forms.gle/VuEu3CMxvbeOK5Ys6>;
- 2.2. Serão consideradas válidas **apenas** as inscrições que estiverem com todos os campos obrigatórios do formulário preenchidos;
- 2.3. As informações solicitadas no formulário serão utilizadas como base para a criação da marca e, por isso, é importante que cada item seja adequadamente respondido;
- 2.4. Eventuais dúvidas podem ser encaminhadas para o e-mail 4c@ufsm.br.

3 DOS REQUISITOS

- 3.1. A microempresa ou agroindústria familiar deve:
 - 3.1.1. Estar localizada nos territórios dos Geoparques Mundiais da Unesco Quarta Colônia e Caçapava, assim como fazer parte de sua comunidade;
 - 3.2.2. Empregar até nove pessoas.
- 3.2. Seus responsáveis, por sua vez, deverão:
 - 3.1.1. Ter disponibilidade para eventuais reuniões que visem a coleta de informações para o desenvolvimento da marca, tanto durante o processo de elaboração como de finalização (entrega dos materiais digitais). As reuniões poderão ser realizadas de forma presencial ou remota, conforme disponibilidade dos participantes (empresas e estudantes);
 - 3.1.2. Comprometer-se a comparecer no evento de apresentação das marcas, a ser realizado no

final do segundo semestre letivo de 2024, previsto para o mês de dezembro.

4 DO PROCESSO DE SELEÇÃO E RESULTADO

4.1. A seleção será realizada conforme:

4.1.1. Cumprimento dos requisitos dispostos no item 3;

4.1.2. Atendimento aos seguintes critérios: i) qualidade do *briefing* (nível de detalhamento das respostas dadas no formulário de inscrição); ii) viabilidade (se o projeto da marca pode ser desenvolvido); iii) necessidade (o quanto a microempresa ou agroindústria familiar necessita do serviço); iv) potencial do negócio (e o quanto uma marca pode alavancá-lo); e vi) tempo de atuação (tendo preferência empresas mais antigas).

4.2. O **resultado** da seleção será divulgado nas nossas redes sociais do Projeto: (<https://www.instagram.com/4clabdemarcas/> e <https://www.facebook.com/4clabdemarcas/>), além da aba de Editais do site da Pró-Reitoria de Extensão da UFSM (<https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/editais>). As empresas selecionadas também receberão um e-mail da coordenação do projeto conforme endereço indicado no formulário.

5 DAS VAGAS

Projeto	Vagas	Requisitos e critérios
4C: Laboratório de Marcas da Quarta Colônia	10*	i) Ser uma microempresa ou agroindústria familiar localizada nos municípios dos territórios dos geoparques Quarta Colônia e Caçapava; ii) Qualidade do <i>briefing</i> ; iii) Viabilidade; iv) Necessidade; v) Potencial; vi) Tempo de atuação.
Coordenação do projeto: Professora Dra. Juliana Petermann.		

*Conforme avaliação da capacidade de atendimentos e caso a coordenação do projeto julgue viável, o número de vagas pode ser ampliado ou reduzido.

6 DO CONJUNTO DE MARCA

6.1. A microempresa ou agroindústria familiar candidata receberá um conjunto no formato PDF contendo a marca, manual de identidade visual, modos de usos e três sugestões de aplicações. Receberá ainda, um arquivo aberto com a marca para futuras aplicações. O projeto não se responsabiliza pelas aplicações da marca, que ficarão sob responsabilidade das microempresas ou agroindústrias familiares atendidas;

6.2. O período de criação estabelecido é de, **no mínimo**, 90 dias (podendo variar conforme fluxo da equipe criativa e reuniões com as microempresas ou agroindústrias familiares atendidas);

6.3. Não serão desenvolvidos rótulos e/ou peças publicitárias, apenas aplicações e usos simples da

própria marca, contidos no manual de identidade visual;

6.4. A marca desenvolvida não será refeita. A microempresa ou agroindústria familiar atendida poderá solicitar até três pequenos ajustes, desde que não alterem a estrutura ou o conceito da marca. Caso a microempresa ou agroindústria familiar não fique satisfeita com o resultado final, deverá somente não implementar o uso da marca.

7 DO CRONOGRAMA

Atividade	Período
Inscrições	09/08/2024 a 19/08/2024
Análise dos formulários de inscrição e seleção	20/08/2024 a 23/08/2024
Resultado parcial	Previsto para 23/08/2024*
Prazo para recursos	Previsto para 23/08/2024 a 25/08/2024*
Análise dos pedidos de recurso	Previsto para 26/08/2024*
Resultado final	Previsto para 27/08/2024*

*As datas que constam como “previstas” poderão ser alteradas, a depender do número de inscrições recebidas.

8 DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

8.1. A marca final produzida pelo projeto 4C Lab de Marcas terá seus direitos autorais pertencentes aos criadores (projeto e estudantes), a quem é permitido o uso como portfólio e divulgação das próprias realizações. Já os direitos patrimoniais (exploração e uso da marca) são cedidos às empresas atendidas, que podem fazer uso em sua comunicação, em qualquer meio e formato. Caso a empresa queira garantir o registro de sua marca, deverá encaminhar processo individualizado junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), arcando com os custos referentes ao mesmo;

8.2. Ao se inscrever no edital, a microempresa ou agroindústria familiar permite a divulgação de sua marca no portfólio do projeto e em suas redes sociais, bem como no portfólio e no currículo de estudantes que tenham atuado na elaboração da marca;

8.3. Ao se inscrever no edital, a microempresa ou agroindústria familiar concorda com as orientações de uso da marca segundo o manual de identidade visual, zelando pelo bom uso e pelas aplicações adequadas;

8.4. A microempresa ou agroindústria familiar candidata deverá se comprometer a participar inteiramente do processo até o final;

8.5. As marcas serão desenvolvidas por estudantes da Universidade Federal de Santa Maria, participantes do projeto e/ou em disciplinas de cursos de graduação que possam acolher demandas de marcas e de identidade visual. Nesses casos, docentes dessas disciplinas atuarão como colaboradores e/ou colaboradoras do projeto. A orientação do processo de elaboração das marcas ficará a cargo da coordenação do projeto, de estudantes da pós-graduação e de docentes das disciplinas envolvidas;

8.6. A qualquer tempo, a presente chamada poderá ser revogada ou anulada, no todo ou em parte, em decisão fundamentada, seja pelos participantes do projeto, pela Pró-Reitoria de Extensão (PRE), por motivo de interesse público ou exigência legal, sem que isso implique direito a indenização ou reclamação de qualquer natureza;

8.8. É importante ressaltar que a criação da marca e dos elementos de identidade visual serão desenvolvidos de forma **gratuita**. Porém, como ressaltado, nenhum material será produzido, de forma impressa, digital ou audiovisual pelo projeto ou pela Universidade Federal de Santa Maria. A produção de quaisquer materiais que envolvam a aplicação da marca e da identidade visual fica a cargo da microempresa ou agroindústria familiar atendida pelo projeto;

8.9. Outras informações podem ser obtidas pelo e-mail 4c@ufsm.br.

Santa Maria, 08 de agosto de 2024.

Juliana Petermann

Professora Dra. Juliana Petermann
Coordenadora do Observatório e Laboratório de Marcas da Quarta Colônia