REGULAMENTO

Concurso de Criação da Marca "Serra Gaúcha"

Documento oficial que rege as regras e condições para participação
no concurso de criação da identidade visual da Serra Gaúcha.

14/09/2026 | Versão 1.6 | Preparado pela Comissão Organizadora

Nesta versão, foram atualizados alguns prazos, assinalados em amarelo.

1. APRESENTAÇÃO E OBJETIVO

1.1.O presente concurso tem por objetivo selecionar uma proposta de Identidade Visual oficial para a Serra Gaúcha, composta por logotipo, conceito estratégico, Manual de Identidade Visual e outros elementos opcionais.

1.2.A iniciativa visa transformar a expressão "Serra Gaúcha" em um ativo estratégico de branding territorial, capaz de:

a) Unificar as diferentes microrregiões da Serra Gaúcha sob uma narrativa comum;

b) Proteger e valorizar a identidade cultural, econômica e histórica da região;

c) Promover o destino de forma estruturada e permanente;

d) Permitir a estruturação futura de licenciamento e monetização da marca, com reinvestimento em promoção regional.

1.3. Uma marca imposta é ignorada. Uma marca co-criada é defendida. Por isso, o concurso constitui um processo colaborativo e participativo, estruturado para envolver estudantes, profissionais criativos, o trade turístico local e a comunidade regional, reforçando o conceito de uma marca "feita por muitas mãos".

2. DA REPRESENTATIVIDADE E USO

2.1. Este concurso servirá para escolher a marca oficial do território "Serra Gaúcha", compreendido como a soma dos 49 municípios participantes das microrregiões denominadas "Uva e Vinho", "Hortênsias" e "Campos de Cima da Serra".

2.2. Para dar legitimidade à marca, sob a coordenação das empresas Somos.RS, G30 Serra Gaúcha e Atria Design, ela está sendo proposta por mais de 20 entidades setoriais e ao menos 10 municípios ligados ao turismo da região, conforme listagem disponível no site oficial do concurso. Novas entidades e municípios poderão aderir ao longo do processo.

2.3.A marca "Serra Gaúcha" encontra-se registrada como "destino turístico" no INPI sob processo número 924700025 e será transferida pelo seu titular para a governança que se encontra em formação.

2.4. Após definida e sob coordenação da governança, a marca poderá ser usada por todos os *stakeholders* da região, com ou sem fins lucrativos, mediante regras a serem definidas em regulamento específico de uso e licenciamento.

---

3. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1. Poderão participar:

a) Pessoas físicas brasileiras ou estrangeiras residentes no Brasil;

b) Pessoas jurídicas, tais como agências de design, publicidade, estúdios criativos ou coletivos de criação.

3.2. É permitida a participação individual ou em grupo, devendo ser indicado um representante legal responsável no ato da inscrição.

3.3. No caso de propostas apresentadas por grupos ou coletivos, o representante legal declara, sob sua responsabilidade, que possui autorização de todos os co-autores para representá-los neste concurso, sendo todos os integrantes do grupo cientes e concordantes com as regras deste regulamento, inclusive quanto à cessão de direitos autorais e à premiação única, sem direito a remuneração adicional além do prêmio estabelecido.

3.4. Cada participante poderá inscrever mais de uma proposta, mas somente 1 (uma) proposta por participante poderá avançar como semifinalista, a critério da Comissão Julgadora.

3.5. Estão impedidos de participar:

a) Membros da Comissão Organizadora;

b) Membros da Comissão Julgadora;

c) Parentes de primeiro grau dos membros mencionados acima;

d) Empresas ou profissionais diretamente envolvidos na organização do concurso.

---

4. DAS ETAPAS E CRONOGRAMA DO PROCESSO

4.1. O concurso será realizado da seguinte forma:

PERÍODO	ETAPA	DESCRIÇÃO
04/02 a 13/03	Construção do Briefing	Período de encontros técnicos e institucionais entre stakeholders regionais para construção e validação do briefing estratégico
20/03 a ~~31/05~~ ~~28/06~~ até 20h do dia 30/06	Inscrição e Envio de Propostas	Período destinado à inscrição dos participantes e envio das propostas técnicas de identidade visual
~~10/06~~ ~~10/07~~ 18/07	Comissão Julgadora anuncia até 10 classificados	Júri técnico realizará a análise e seleção das propostas, escolhendo até 10 semifinalistas
~~27/06~~ ~~18/07~~ 01/08	Momento de Co-criação	Os até 10 semifinalistas participarão de momento de trocas e feedbacks. Caso o evento seja presencial, haverá mecanismos de participação virtual para aqueles que não puderem se deslocar

~~15/07~~ ~~16/08~~ 30/08	Prazo para entrega das versões finais	Se desejarem, os semifinalistas poderão reenviar suas propostas com ajustes concebidos após os feedbacks recebidos na etapa anterior
~~30/07~~ ~~30/08~~ ~~08/09~~ 14/09	Comissão Julgadora anuncia 3 finalistas	Júri técnico anunciará as 3 propostas finalistas que irão a voto popular
~~05 a 30/08~~ ~~05 a 30/09~~ ~~10/09 a 04/11~~ 05/10 a 20/10	Período de Votação Popular	As propostas finalistas serão submetidas à votação popular, aberta à comunidade
~~28/09~~	~~Apresentação da marca vencedora~~	~~Em evento com a presença do trade turístico, imprensa e autores das propostas finalistas, será revelada a marca vencedora~~
13 a 14/11	Apresentação e ativação da marca vencedora no Festuris Gramado	Em evento com a presença do trade turístico, imprensa, autoridades e autores das propostas finalistas, será revelada a marca vencedora. Também teremos ações especiais com a marca ao longo da programação.
~~10 a 30/10~~ (dezembro)	1ª campanha de mídia da marca vencedora	A marca vencedora irá estrear em sua primeira campanha midiática
~~12 a 15/11~~	~~Ativação da marca no Festuris Gramado~~	~~Durante o Festuris, momentos especiais estão sendo planejados para a apresentação da marca ao trade~~

4.2. O momento de co-criação é uma inovação neste concurso para permitir que a marca vencedora tenha sido criada por mais de um autor, enaltecendo o caráter participativo buscado pelos organizadores. Para fins de detalhamentos desta situação, fica previsto que:

a) Os semifinalistas terão acesso à defesa conceitual e ao MIV dos demais classificados para avaliação prévia;

b) Aqueles semifinalistas que desejarem, poderão se fazer presente no “Momento de Co-Criação", em que a organização realizará dinâmica para que cada participante possa apresentar suas sugestões aos colegas presentes;

c) Caberá a cada autor titular avaliar se mantém sua proposta original ou se acata as sugestões apresentadas, fazendo envio de nova proposta dentro do prazo estabelecido;

d) Uma nova proposta poderá ser apenas um aperfeiçoamento da criação original ou mesmo algo completamente novo que a substitua, pois se entende que as contribuições recebidas poderão gerar caminhos e insights singulares;

e) Ao cabo, este prazo extra serve para que cada semifinalista escute seus concorrentes e amadureça sua proposta, seja ela a original, adaptada ou nova;

f) O envio de uma nova versão substitui a versão anterior, que não será considerada, portanto, as propostas não são cumulativas;

g) As propostas que forem submetidas com ajustes baseados em colaboração serão, em sua divulgação, expostas com os nomes dos autores (o proponente original) e dos colaboradores;

g) No caso de uma proposta que tenha recebido colaboração avançar como finalista, a premiação continuará sendo do autor principal, como descrito no artigo 10.7;

h) Casos não previstos nesta inovadora dinâmica de co-criação serão avaliados pela organização, que terá soberania na decisão tomada.

---

5. DAS INSCRIÇÕES

5.1. As inscrições serão realizadas através de formulário digital disponibilizado no site oficial do concurso e ela só será considerada válida se você receber a confirmação automática de inscrição e se todos os dados e documentos exigidos forem anexados.

5.2. No formulário de inscrição, o participante informará o link de um drive virtual (Google Drive, iCloud ou similar), liberado para acesso de terceiros e organizado conforme instruções detalhadas no ANEXO III.

5.3. O participante deverá enviar os materiais solicitados conforme especificações técnicas indicadas neste regulamento.

5.4. A falta de qualquer documento ou elemento criativo obrigatório poderá ensejar a desclassificação da proposta.

5.5. A inscrição implica na aceitação integral e irrestrita deste regulamento.

---

6. DOS REQUISITOS TÉCNICOS (ENTREGAS)

As propostas deverão conter obrigatoriamente:

6.1. Logotipo Principal

a) Versão colorida;

b) Versão monocromática;

c) Versão positivo e negativo.

6.2. Defesa Conceitual

Texto de até 500 palavras explicando:

a) Conceito criativo;

b) Simbologia;

c) Escolha de cores;

d) Tipografia.

A defesa deverá considerar os pilares estratégicos apresentados no briefing (unificar, proteger, promover e monetizar).

6.3. Manual de Identidade Visual (MIV)

O manual deverá apresentar, ao menos:

a) Paleta cromática;

b) Tipografia;

c) Área de proteção;

d) Aplicações permitidas;

e) Exemplos de aplicação prática da marca, conforme item 6.4.

6.4. Aplicações Exemplificadas

A proposta deverá demonstrar ao menos duas aplicações práticas da marca:

a) Aplicações em ambiente digital (versões para redes sociais, favicon, avatar, banner para YouTube/LinkedIn);

b) Aplicação em produto regional (ex.: rótulo de vinho, produto artesanal ou agroindustrial);

c) Aplicação em material de promoção turística (ex.: campanha, outdoor, redes sociais).

6.5. Elementos Opcionais

Opcionalmente, as propostas podem conter:

a) Sistema de ícones complementares — conjunto de ícones para setores específicos (enoturismo, natureza, cultura, gastronomia, aventura);

b) Versões secundárias do logotipo — versão horizontal, versão compacta para aplicações pequenas, versão estendida com tagline;

c) Padrões gráficos de apoio — texturas e elementos visuais secundários que complementam a identidade;

d) Aplicações em sinalização — demonstração em placas de indicação turística, totens, sinalização viária;

e) Versão animada do logotipo — animação de entrada/saída para uso em vídeos institucionais;

f) Proposta de tagline/slogan — frase complementar que acompanha a marca;

g) Estudo de aplicações em 3D —*mockups* em ambientes urbanos, fachadas, espaços públicos;

h) Paleta de cores expandida — variações para aplicações específicas (versão noturna, versão para impressão em papel específico);

i) Aplicações adicionais em produtos regionais— demonstração em mais contextos: embalagens, rótulos, etiquetas.

---

7. DA COMISSÃO JULGADORA

7.1. A Comissão Julgadora será composta por ao menos 1 (um) Presidente e 10 (dez) membros, selecionados entre especialistas em branding, design, turismo e desenvolvimento regional.

7.2. Ao menos 70% (setenta por cento) dos jurados serão profissionais residentes ou com atuação consolidada na Serra Gaúcha, garantindo representatividade regional.

7.3. A composição completa da Comissão Julgadora será divulgada no site oficial do concurso até o dia 30/04/2026.

7.4. A decisão da Comissão Julgadora é soberana e irrecorrível quanto aos critérios técnicos, não cabendo recursos de qualquer natureza.

---

8. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

As propostas serão avaliadas pela Comissão Julgadora conforme os seguintes critérios:

CRITÉRIO	PESO	DESCRIÇÃO

Conceito Estratégico	20%	Adequação da proposta às diretrizes e aos objetivos estratégicos apresentados no briefing
Representatividade Regional	30%	Capacidade da marca de representar os diferentes setores da Serra Gaúcha: turismo, indústria, agronegócio, cultura, inovação
Originalidade e Criatividade	25%	Avaliação da capacidade da marca de apresentar uma solução visual única, evitando clichês visuais
Versatilidade e Aplicabilidade	25%	Avaliação da funcionalidade da marca em diferentes escalas e suportes

8.1. Havendo empate na pontuação individual dos jurados, tanto para definição dos semifinalistas quanto dos finalistas, o Presidente da Comissão Julgadora fará o desempate.

---

9. DA VOTAÇÃO POPULAR

9.1. Dentro do prazo estabelecido, as 03 (três) propostas finalistas serão disponibilizadas em plataforma digital para votação aberta ao público.

9.2. Será permitido 1 (um) voto por CPF, conforme critérios técnicos definidos pela organização.

9.3. Constitui fraude toda e qualquer tentativa de gerar votação automatizada e/ou não humana, sujeitando o responsável às penalidades legais cabíveis.

9.4. A proposta que mais receber votos válidos será considerada a marca vencedora.

9.5. Havendo empate na votação popular, caberá à Comissão Julgadora, reunida em sessão específica, criar consenso para a escolha da marca vencedora.

9.6. A Comissão Organizadora adotará mecanismos de validação para evitar fraudes ou votos automatizados.

---

10. PREMIAÇÃO E BENEFÍCIOS

10.1. A participação no concurso constitui, por si só, importante reconhecimento profissional e ativo de portfólio, dada a relevância territorial e institucional do projeto.

10.2. Os autores das até 10 (dez) propostas semifinalistas e 3 (três) finalistas ganharão visibilidade durante o processo no site do concurso e, também, em eventuais pautas divulgadas pela mídia parceira.

10.3. Os projetos semifinalistas e finalistas receberão certificado oficial de participação do concurso Serra Gaúcha.

10.4. Os 3 (três) finalistas receberão:

a) Troféu;

b) Premiação financeira (valores brutos): R$ 30.000,00 (trinta mil reais) para a marca vencedora; R$ 20.000,00 (vinte mil reais) para o 2º colocado e R$ 10.000,00 (dez mil reais) para o 3º colocado.

10.5. A premiação será paga em parcela única, em até 30 (trinta) dias após a revelação dos vencedores, mediante entrega de todos os arquivos exigidos, recibo e a assinatura do Termo de Cessão Definitivo de Direitos Autorais.

10.6. No caso de propostas vencedoras apresentadas por grupos ou coletivos, a premiação será paga ao representante legal indicado no ato de inscrição, cabendo aos integrantes do grupo a distribuição interna dos valores, sem qualquer responsabilidade ou intervenção da organização do concurso.

10.7. Este concurso prevê um momento de co-criação especificado no item 4.2., no qual os semifinalistas poderão colaborar e opinar sobre melhorias nos trabalhos concorrentes. Mesmo que sugestões sejam acatadas e levem a proposta à etapa final, esta contribuição, no entanto, não dará direito a qualquer fatia do prêmio, que segue sendo integralmente pago ao autor titular da proposta original. Caberá a ele, quando receber eventuais valores, avaliar se deseja, por livre e espontânea vontade, remunerar os colaboradores numa transação direta entre as partes e sem qualquer envolvimento dos realizadores do concurso.

---

11. PROPRIEDADE INTELECTUAL E DIREITOS AUTORAIS

11.1. Ao participar do concurso, o autor declara que a proposta apresentada é original e de sua autoria, responsabilizando-se integralmente por eventuais reclamações de terceiros.

11.2. O participante vencedor compromete-se a assinar o Termo de Cessão Definitivo de Direitos Autorais e Patrimoniais, conforme modelo do Anexo II, transferindo à entidade gestora da marca Serra Gaúcha os direitos de uso irrestrito e sem ônus da obra.

11.3. O Termo de Cessão Definitiva de Direitos Autorais e Patrimoniais (Anexo II) deverá ser assinado pelo vencedor em até 10 (dez) dias antes da primeira campanha de mídia da marca vencedora ir ao ar. O descumprimento deste prazo resultará na desclassificação da proposta e perda do prêmio, sendo o segundo colocado declarado vencedor.

11.4. A cessão compreenderá:

a) Uso integral ou parcial da marca;

b) Reprodução em qualquer suporte;

c) Adaptação ou evolução gráfica;

d) Utilização institucional e promocional;

e) Licenciamento para empresas e parceiros regionais.

11.5. A entidade gestora da marca poderá, a seu exclusivo critério e a qualquer momento da vida da marca, realizar alterações que julgar pertinentes e criar versões derivadas, sem necessidade de autorização adicional do autor.

11.6. Os direitos morais de autoria serão preservados, podendo o autor mencionar a criação em portfólio profissional.

11.7. As propostas não selecionadas como vencedoras permanecem de propriedade de seus respectivos autores, que poderão divulgá-las ou adaptá-las para outros usos, não gerando nenhum compromisso ou direito para a organização do concurso.

---

12. DA DIVULGAÇÃO DAS PROPOSTAS

12.1. A organização do concurso reserva-se o direito de apresentar ao público as propostas enviadas, inclusive aquelas não selecionadas como semifinalistas ou finalistas.

12.2. As propostas selecionadas como semifinalistas e finalistas serão apresentadas conforme cronograma estabelecido.

12.3. Os candidatos poderão tornar públicas suas propostas em canais próprios a partir do momento em que houver a escolha e divulgação oficial dos semifinalistas.

12.4. Candidatos que divulgarem suas propostas antecipadamente, antes da divulgação oficial dos semifinalistas, poderão ser desclassificados.

---

13. DISPOSIÇÕES GERAIS

13.1. A decisão da Comissão Julgadora é soberana e irrecorrível quanto aos critérios técnicos.

13.2. O descumprimento de qualquer item deste regulamento poderá resultar em desclassificação imediata.

13.3. Casos omissos serão resolvidos pela Comissão Organizadora.

13.4. A participação neste concurso implica na aceitação integral deste regulamento.

13.5. A organização do concurso reserva-se o direito de alterar prazos, critérios de avaliação, mecânica e etapas, composição da Comissão Julgadora, valores de premiação e demais itens deste regulamento, ou mesmo encerrar este concurso antecipadamente sem concluir todas as etapas, a qualquer momento, sem necessidade de aviso prévio, não cabendo aos participantes qualquer reclamação ou indenização por tais alterações.

ANEXO I – faça o download do Termo de Compromisso Condicional de Direitos Autorais

ANEXO II – faça o download do Termo de Cessão Definitivo de Direitos Autorais e Patrimoniais

ANEXO III – faça o download do arquivo com instruções sobre o drive virtual no site do concurso

---

FIM DO REGULAMENTO