



## **EDITAL DE CONCURSO CAU/BR Nº 1/2024**

A presidente do CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO BRASIL (CAU/BR), criado pela Lei nº 12.378, de 31 de dezembro de 2010, no uso das atribuições legais a ela conferidas, torna público o presente Edital do Concurso Nova Marca do CAU. Este instrumento visa regular a escolha da nova marca da instituição, em conjunto com as marcas do Fórum de Presidentes de Conselhos de Arquitetura e Urbanismo dos Estados e do Distrito Federal (FPres) e do Colegiado das Entidades Nacionais de Arquitetura e Urbanismo (CEAU-CAU/BR), que se aplicará também aos Colegiados das Entidades Estaduais de Arquitetura e Urbanismo (CEAU-CAU/UF).

### **1. OBJETIVO**

- 1.1. O presente edital regula o Concurso Nova Marca do CAU, que vai escolher a nova marca oficial e identidade visual do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR) e dos Conselhos de Arquitetura e Urbanismo dos Estados e do Distrito Federal (CAU/UF), em conjunto com as do Fórum de Presidentes de Conselhos de Arquitetura e Urbanismo dos Estados e do Distrito Federal (FPres) e do Colegiado das Entidades Nacionais de Arquitetura e Urbanismo (CEAU-CAU/BR), que se aplicará também aos Colegiados das Entidades Estaduais de Arquitetura e Urbanismo (CEAU-CAU/UF).
- 1.2. As três marcas deverão manter harmonia visual e coesão, garantindo uma identidade unificada para todo o conjunto autárquico e órgãos a ele vinculados.

### **2. DOS PRODUTOS**



- 2.1. Os logotipos deverão considerar o histórico do Conselho, a arquitetura e o urbanismo e a missão da organização, “promover arquitetura e urbanismo para todos”.
  - 2.1.1. A criação dos logotipos é livre e não deve incluir, em nenhuma hipótese, o Brasão da República Federativa do Brasil e a Bandeira Nacional.
  - 2.1.2. A marca completa do CAU/BR deverá conter, por escrito, a sigla CAU/BR e o nome da autarquia federal por extenso (Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil), e será adotada também pelos Conselhos de Arquitetura e Urbanismo dos Estados e do Distrito Federal (CAU/UF).
  - 2.1.3. As marcas completas do Fórum de Presidentes de Conselhos de Arquitetura e Urbanismo dos Estados e do Distrito Federal (FPres) e do Colegiado das Entidades Nacionais de Arquitetura e Urbanismo (CEAU-CAU/BR) deverão conter, por escrito, os nomes de cada órgão.
- 2.2. A versão sigla dos logotipos deverá conter, por escrito, apenas a sigla correspondente, sem o nome por extenso da entidade/órgão.
- 2.3. Os logotipos do FPres e do CEAU-CAU/BR deverão manter harmonia visual e uma identidade coesa com a marca do CAU/BR, reforçando a unidade institucional.
- 2.4. Todos os logotipos devem ser totalmente inéditos, ou seja, não utilizados por qualquer outra organização e nunca publicados na internet ou em qualquer meio de comunicação social.
- 2.5. Os trabalhos devem refletir a necessidade de manter a identidade visual unificada para todo o conjunto autárquico e respectivos órgãos.
- 2.6. Não poderão participar produtos que já tenham sido premiados por outros concursos ou editais de qualquer natureza.
- 2.7. Os logotipos não poderão ter sido produzidos por ferramenta de inteligência artificial (IA), o que será declarado mediante termo assinado pelo(s) autor(es).

### **3. DA PARTICIPAÇÃO**



- 3.1. Poderão participar do concurso os brasileiros natos ou naturalizados com mais de 18 (dezoito) anos regularmente inscritos no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF).
- 3.2. Estão impedidos de participar do concurso:
  - 3.2.1. Estrangeiros de qualquer nacionalidade;
  - 3.2.2. Pessoas jurídicas de qualquer natureza;
  - 3.2.3. Conselheiros, suplentes de conselheiros, empregados públicos, prestadores de serviço, estagiários ou aprendizes do CAU/BR ou de CAU/UF, além de membros da Comissão Julgadora e pessoas vinculadas a empresas diretamente envolvidas na realização do concurso;
  - 3.2.4. Cônjuges, companheiros ou parentes em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive, de conselheiro, suplente de conselheiro, empregado público, prestador de serviço, estagiário ou aprendiz do CAU/BR ou de CAU/UF, de membro da Comissão Julgadora ou de pessoas vinculadas a empresas diretamente envolvidas na realização do concurso.

#### **4. DA AUDITORIA**

- 4.1. Uma empresa de auditoria externa, contratada por processo licitatório especificadamente para esta finalidade, examinará e acompanhará todas as fases do concurso. A intenção é garantir a integridade do processo e a observância deste Edital.
- 4.2. Os profissionais da contratada atestarão a lisura de todas as fases do concurso.
- 4.3. A auditoria fará verificações documentais, dos sistemas e a inspeção do processo de votação na etapa final.
- 4.4. Ao final do concurso, será emitido relatório com declaração de regularidade, transparência e validade de todas as fases do concurso, a ser publicado no endereço [caubr.gov.br/novamarca](http://caubr.gov.br/novamarca).

#### **5. DA INSCRIÇÃO**



- 5.1. A inscrição no Concurso Nova Marca do CAU poderá ser feita exclusivamente via internet, pelo endereço [caubr.gov.br/novamarca](http://caubr.gov.br/novamarca), no período previsto no item 13 deste edital.
- 5.2. Não serão aceitas, em nenhuma hipótese, inscrições por outros meios.
- 5.3. Será aceita apenas 1 (uma) inscrição por Cadastro de Pessoas Físicas (CPF).
- 5.3.1. As inscrições poderão ser individuais ou em dupla.
- 5.4. No caso do recebimento de dois produtos no mesmo Cadastro de Pessoas Físicas (CPF), será considerado válido exclusivamente o mais recente.
- 5.5. As inscrições são gratuitas e implicam na aceitação integral deste Edital.
- 5.6. O CAU/BR não se responsabiliza pelo não recebimento de inscrição por motivos de ordem técnica de computadores, falhas de comunicação, instabilidade de sistemas, congestionamento das linhas de comunicação, bem como outros fatores que impossibilitem a transferência eletrônica das informações.
- 5.7. A inscrição corresponderá ao aceite, pelos autores, de todas as disposições do presente Edital.
- 5.8. Não serão permitidas alterações em nenhum dos formulários ou produtos depois do prazo de encerramento das inscrições.
- 5.9. Em caso de preenchimento ou envio incompleto, a inscrição não será homologada.

## **6. DO PRODUTO**

- 6.1. Os participantes devem submeter um conjunto de três logotipos que representem:
  - 6.1.1. O Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR);
  - 6.1.2. O Fórum de Presidentes de Conselhos de Arquitetura e Urbanismo dos Estados e do Distrito Federal (FPres);
  - 6.1.3. O Colegiado das Entidades Nacionais de Arquitetura e Urbanismo (CEAU-CAU/BR).



- 6.2. Cada marca deve atender aos requisitos de aplicação descritos neste Edital, respeitando a harmonia visual e a coesão da identidade institucional.
- 6.3. Todos os itens da página de inscrição são obrigatórios. Em caso de ausência de informação ou de fraude, o candidato será eliminado do Concurso Nova Marca do CAU.
- 6.4. Deverão ser anexados em campo próprio da página de inscrição 5 (cinco) arquivos em PDF.
- 6.5. O primeiro documento deve conter:
  - 6.5.1. Página 1: Em A4, orientação paisagem, os três logotipos propostos nas versões completas, contendo o nome completo e a sigla de cada instituição, coloridas, com fundo branco;
  - 6.5.2. Página 2: Em A4, orientação paisagem, os três logotipos propostos nas versões reduzidas, que contenham apenas as marcas e as siglas, coloridas, com fundo branco;
  - 6.5.3. Página 3: Em A4, orientação paisagem, um texto de apresentação e justificativa da proposta, contendo até 400 palavras, em língua portuguesa, fonte Calibri, corpo 12, espaçamento 1,5, margens de 3cm (todas), cor preta com fundo branco.
- 6.6. O segundo documento deve conter o manual completo de uso da identidade visual, com no mínimo 12 (doze) páginas, e pelo menos os seguintes elementos:
  - 6.6.1. Versões dos logotipos propostos:
    - 6.6.1.1. Representações completas e reduzidas (somente a sigla), em formatos coloridos, preto e branco, e em contorno (linha branca sobre fundo preto);
    - 6.6.1.2. Exemplos de aplicação em diferentes fundos (claros, escuros, coloridos).
  - 6.6.2. Descrição das cores:
    - 6.6.2.1. Códigos de cores em padrões CMYK, RGB e HEX, garantindo consistência em todas as mídias;
    - 6.6.2.2. Paleta principal e cores auxiliares que complementem a identidade visual.
  - 6.6.3. Tipografia:



- 6.6.3.1. Fontes principais e secundárias utilizadas na marca, incluindo variações de peso (regular, negrito etc.);
- 6.6.3.2. Tamanhos recomendados e diretrizes para espaçamento entre caracteres e palavras.
- 6.6.4. Área de proteção e redução mínima:
  - 6.6.4.1. Medidas da área de proteção (espaço mínimo ao redor da marca para evitar interferências visuais);
  - 6.6.4.2. Tamanho mínimo recomendado para aplicação digital e impressa.
- 6.6.5. Aplicações proibidas:
  - 6.6.5.1. Exemplos de usos incorretos da marca, como distorções, uso de fundos incompatíveis, alterações de cor ou inclusão de elementos não autorizados.
- 6.6.6. Aplicações práticas:
  - 6.6.6.1. Exemplos de uso da marca em materiais institucionais e promocionais, como papelaria (cartões de visita, envelopes, papel timbrado), redes sociais (banners, avatares, capas de perfil), materiais digitais (e-mails e apresentações) e sinalização física (placas, fachadas).
- 6.6.7. Diretrizes para mídias digitais e impressas:
  - 6.6.7.1. Resolução mínima para impressão e dimensões ideais para uso em telas digitais;
  - 6.6.7.2. Arquivos recomendados para diferentes mídias (PDF, PNG, JPEG, SVG etc.).
- 6.6.8. Outros elementos visuais:
  - 6.6.8.1. Ícones ou padrões gráficos derivados do logo;
  - 6.6.8.2. Recomendações para harmonizar o uso da marca com fotografias ou outros elementos gráficos.
- 6.6.9. Instruções para atualizações:
  - 6.6.9.1. Orientações sobre como proceder em casos de futuras adaptações ou atualizações da identidade visual.
  - 6.6.9.2. Adaptação ao uso digital:



- 6.6.9.3. Testar a acessibilidade, especialmente em relação ao contraste de cores e legibilidade em diferentes dispositivos.
- 6.6.10. O terceiro arquivo deve conter cessão permanente de direitos autorais e declaração de autoria, conforme modelo do Anexo I deste edital (em caso de dupla: uma para ambos os participantes).
- 6.6.11. O quarto arquivo deve conter termo de declaração de ausência de conflito de interesse, conforme modelo do Anexo II deste edital (em caso de dupla: uma para ambos os participantes).
- 6.6.12. O quinto deve conter termo de cessão de direitos para uso de imagem e voz, conforme modelo do Anexo III deste edital (em caso de dupla: uma para ambos os participantes).
- 6.6.13. O terceiro, o quarto e o quinto arquivos deverão ser assinados de uma das seguintes formas: manualmente, sendo o arquivo escaneado e enviado em formato PDF; digitalmente, com certificado nos padrões ICP-Brasil; ou digitalmente pela plataforma Gov.br.

## **7. DA ANONIMIZAÇÃO**

- 7.1. Os arquivos dos participantes, com exceção da Cessão Permanente de Direitos Autorais e Declaração de Autoria, do Termo de Declaração de Ausência de Conflito de Interesse e do Termo de Cessão de Direitos para Uso de Imagem e Voz, não deverão ter nenhum tipo de identificação de autor, como nome, iniciais, hiperlinks, nome de organização, localização ou similares, mesmo nos metadados, sob pena de eliminação em qualquer etapa do Concurso Nova Marca do CAU em que for verificada a irregularidade.
- 7.2. As inscrições serão anonimizadas, sendo que a Comissão Julgadora não terá acesso a nenhum dado pessoal dos participantes durante a apreciação.



- 7.3. Exclusivamente na etapa final, de votação dos arquitetos e urbanistas ativos no CAU, os concorrentes do concurso poderão vincular os trabalhos participantes à autoria de forma pública.

## **8. DOS DIREITOS AUTORAIS**

- 8.1. No ato da inscrição, o(s) participante(s) cedem permanente os direitos autorais da obra, sem qualquer ônus ao CAU/BR, para uso do CAU/BR, dos CAU/UF, das entidades-membro do CEAU-CAU/BR e das entidades-membro dos CEAU-CAU/UF em qualquer tempo, bem como a terceiros autorizados, sem o pagamento adicional de qualquer quantia.
- 8.2. O(s) participante(s) autoriza(m) também a alteração da marca, sem qualquer autorização, bem como o uso sem qualquer menção à autoria, e para qualquer finalidade definida pelo CAU/BR, pelos CAU/UF ou pelas entidades-membro do CEAU-CAU/BR, bem como dos CEAU-CAU/UF, em qualquer data.
- 8.3. O inscrito cede, ainda, ao CAU/BR e aos CAU/UF, os direitos de imagem e voz, pelo prazo mínimo de 1 (um) ano a contar da divulgação do resultado definitivo do concurso, para publicações relacionadas ao Concurso Nova Marca do CAU.
- 8.4. Sugere-se que os logotipos sejam submetidos pelos participantes, antes da inscrição, a ferramentas de verificação de plágio e de uso de inteligência artificial (IA).
- 8.5. Caso futuramente seja identificada semelhança entre as marcas selecionadas e marcas de terceiros, o(s) autor(es) poderão ser chamados a prestar esclarecimentos extrajudiciais e judiciais.

## **9. DA COMISSÃO JULGADORA**

- 9.1. A Comissão Julgadora do Concurso Nova Marca do CAU realizará trabalho voluntário e honorífico e será composta por 9 (nove) membros:



- 9.1.1. Pela presidente do CAU/BR, que presidirá a Comissão Julgadora, com direito exclusivamente a voto de qualidade, se necessário;
- 9.1.2. Por 1 (um) presidente de CAU/UF representante do Fórum de Presidentes de CAU/UF (FPres), indicado pelo órgão;
- 9.1.3. Por 1 (um) presidente de entidade que compõe o Colegiado das Entidades Nacionais de Arquitetura e Urbanismo (CEAU-CAU/BR), indicado pelo órgão;
- 9.1.4. Por 1 (um) conselheiro federal representante do Plenário do CAU/BR, indicado pelo órgão;
- 9.1.5. Por 1 (um) empregado público representante do corpo funcional efetivo do CAU/BR, indicado pelo Comitê de Empregados Públicos do CAU/BR;
- 9.1.6. Por 1 (um) profissional com notório saber da área de arquitetura e urbanismo, indicado pela Presidência do CAU/BR;
- 9.1.7. Por 1 (um) profissional com notório saber da área de publicidade e propaganda, indicado pela Presidência do CAU/BR;
- 9.1.8. Por 1 (um) profissional com notório saber da área de design, indicado pela Presidência do CAU/BR;
- 9.1.9. Por 1 (um) profissional com notório saber da área de artes visuais, indicado pela Presidência do CAU/BR.
- 9.1.10. Cada componente da Comissão Julgadora terá 1 (um) substituto a ser designado pelo mesmo órgão responsável pela indicação do titular.
- 9.1.11. Os membros da Comissão Julgadora, inclusive substitutos, não poderão ter nenhum conflito de interesse, seja esse conflito por participação, prestação ou contratação de serviços, ou ainda relacionamento familiar, com qualquer um dos participantes ou partes interessadas no concurso.
- 9.2. As decisões da Comissão Julgadora são definitivas e irrecorríveis.

## **10. DA COMISSÃO ORGANIZADORA**



- 10.1. A Comissão Organizadora do Concurso Nova Marca do CAU, responsável pelo assessoramento à Comissão Julgadora e pela execução administrativa de todas as etapas do concurso, será composta por até 4 (quatro) membros:
  - 10.1.1. Atuará como coordenador da Comissão Organizadora 1 (um) empregado do CAU/BR indicado pela presidente do Conselho.
  - 10.1.2. Atuarão como membros da Comissão Organizadora 3 (três) empregados do CAU/BR indicados pela presidente do Conselho.
  - 10.1.3. A Comissão Organizadora contará com o suporte integral da Assessoria Jurídica do CAU/BR para o desenvolvimento das atividades.
  - 10.1.4. Os componentes da Comissão Organizadora não poderão ter nenhum conflito de interesse, seja esse conflito por participação, prestação ou contratação de serviços, ou ainda relacionamento familiar, com qualquer um dos participantes ou partes interessadas no concurso.

## **11. DO JULGAMENTO**

- 11.1. O julgamento será composto de quatro etapas: homologatória, classificatória, semifinal e final.
- 11.2. Na etapa homologatória, serão conferidos os documentos, requisitos do Edital e ficha de inscrição.
- 11.3. Caso discorde do resultado dessa etapa, o candidato poderá apresentar recurso à organização conforme cronograma previsto no item 13.
- 11.4. Na etapa classificatória, os jurados avaliarão individualmente, de forma assíncrona, o conjunto dos três produtos propostos.
- 11.5. As avaliações serão feitas pela Comissão Julgadora com base em cinco critérios: aplicabilidade, criatividade e originalidade, qualidade do manual de identidade visual, pertinência em relação à arquitetura e ao urbanismo e justificativa da proposta.
  - 11.5.1. Aplicabilidade: refere-se à capacidade da marca de ser usada de forma eficaz e consistente em diferentes contextos e meios, mantendo a identidade e impacto.



Essa característica é essencial para que o logotipo cumpra o papel de representar a organização onde for necessário.

11.5.2. Criatividade e originalidade: refere-se à capacidade de criar algo inovador, singular e atraente, utilizando elementos visuais de maneira estratégica e inteligente para comunicar a mensagem da marca.

11.5.3. Qualidade do manual de identidade visual: refere-se ao atendimento dos critérios do manual de identidade visual e o potencial uso do documento para aplicação da marca proposta.

11.5.4. Pertinência em relação à arquitetura e ao urbanismo: refere-se à capacidade do design de refletir conceitos, valores e identidades associados a essa área. É fundamental para que o logotipo comunique adequadamente a ligação com o tema, sendo reconhecível e relevante para a sociedade.

11.5.5. Justificativa da proposta: refere-se à explicação que embasa as escolhas feitas no desenvolvimento da marca. Compreende os conceitos, valores e mensagens que o logotipo pretende transmitir, além de destacar como os elementos visuais utilizados atendem às necessidades e objetivos da organização.

11.6. Cada critério será pontuado de 0 a 20 pontos, totalizando o máximo de 100 pontos por produto.

Criatividade e originalidade	20
Aplicabilidade	20
Pertinência em relação à arquitetura e ao urbanismo	20
Qualidade do manual de identidade visual	20
Justificativa da proposta	20
<b>Total</b>	<b>100</b>

11.6.1. Os produtos com média final total menor que 70 (setenta) serão eliminados.

11.6.2. Os produtos com média final igual a 0 (zero) em qualquer um dos critérios serão eliminados.



- 11.7. Os 10 (dez) trabalhos com melhor média final total serão classificados para a semifinal.
  - 11.7.1. Em caso de empate, será classificado o conjunto mais bem pontuado, sucessivamente, em: criatividade e originalidade, aplicabilidade, pertinência em relação à arquitetura e ao urbanismo, qualidade do manual de identidade visual e justificativa da proposta.
  - 11.7.2. Se persistir o empate, será classificado o conjunto do candidato mais idoso. Em caso de duplas, será considerada a idade do candidato mais velho de cada uma das equipes.
- 11.8. Na etapa semifinal, os membros da Comissão Julgadora avaliarão novamente os trabalhos segundo os mesmos critérios, desta vez em reunião síncrona, com espaço para discussão e convencimento.
- 11.9. Os 2 (dois) trabalhos mais bem avaliados serão classificados para a final.
  - 11.9.1. Em caso de empate, será escolhido o conjunto mais bem pontuado, sucessivamente, em: criatividade e originalidade, aplicabilidade, pertinência em relação à arquitetura e ao urbanismo, qualidade do manual de identidade visual e justificativa da proposta.
  - 11.10. Se persistir o empate, será escolhido o conjunto do candidato mais idoso. Em caso de duplas, será considerada a idade do candidato mais velho de cada uma das equipes.
- 11.11. Na etapa final, os 2 (dois) conjuntos escolhidos pela Comissão Julgadora serão votados pelos arquitetos e urbanistas regularmente inscritos e ativos no CAU, pelo endereço [caubr.gov.br/novamarca](http://caubr.gov.br/novamarca).
- 11.12. Cada arquiteto e urbanista regularmente inscrito e ativo no CAU poderá votar 1 (uma) única vez em 1 (um) único conjunto de logos.
  - 11.12.1. Em caso de empate, será escolhido o conjunto do candidato mais bem pontuado na etapa semifinal.
  - 11.12.2. Persistindo o empate, será escolhido o conjunto de logotipos do candidato mais idoso. Em caso de duplas, será considerada a idade do candidato mais velho de cada uma das equipes.



- 11.12.3. Em caso de desclassificação de produto na etapa final, o terceiro colocado será classificado para a final e, a votação, reiniciada. Esse processo será repetido quantas vezes for necessário.
- 11.13. O conjunto de logotipos escolhido pela maioria dos arquitetos e urbanistas votantes será o vencedor do Concurso Nova Marca do CAU.
- 11.14. O resultado será divulgado em evento presencial e na página [caubr.gov.br/novamarca](http://caubr.gov.br/novamarca), bem como nas redes sociais do CAU/BR, na data provável mencionada no item 13 deste edital, salvo remarcação prévia, caso fortuito ou impedimento de força maior.
- 11.15. Qualquer divulgação dos trabalhos por parte dos participantes do certame deverá ocorrer com utilização obrigatória da indicação do Concurso Nova Marca do CAU.

## **12. DA PREMIAÇÃO**

- 12.1. Serão oferecidos R\$ 100.000 (cem mil reais) brutos em premiações, além de menções honrosas, distribuídas da seguinte forma:
  - 12.1.1. Prêmio bruto total de R\$ 80.000 (oitenta mil reais) em dinheiro (com descontos de impostos e taxas antes do depósito), troféu e certificado de honra ao mérito à pessoa ou dupla autora dos produtos vencedores;
  - 12.1.2. Prêmio bruto total de R\$ 20.000 (vinte mil reais) em dinheiro (com descontos de impostos e taxas antes do depósito), troféu e certificado de honra ao mérito à pessoa ou dupla autora dos produtos segundos colocados;
  - 12.1.3. Certificados de menção honrosa aos 8 (oito) semifinalistas.
- 12.2. O recolhimento dos impostos e taxas sobre os valores brutos das premiações é de responsabilidade do CAU/BR, e os descontos serão feitos antes do depósito da premiação.
- 12.3. O CAU/BR custeará a presença dos autores dos dois produtos finalistas na cerimônia de premiação, em Brasília (DF), sendo que este custo total é estimado em R\$ 20.000 (vinte mil reais) e inclui:



- 12.3.1. Passagem de qualquer ponto do território nacional até a capital federal, a ser providenciada pelo Conselho;
- 12.3.2. Hospedagem no Distrito Federal, alimentação e traslado, a serem custeados via pagamento de diária fixa em pecúnia pelo Conselho.
- 12.4. Os pagamentos das premiações aos candidatos finalistas serão realizados até 30 de junho de 2025 via transferência bancária a 1 (uma) conta corrente indicada ao CAU/BR.
- 12.5. No caso de inscrição em dupla, o valor do prêmio será transferido integralmente para uma única conta corrente bancária indicada no ato da inscrição.
- 12.6. O rateio do prêmio entre os membros da dupla deverá ser acordado previamente entre os participantes e será de exclusiva responsabilidade deles, não cabendo ao CAU/BR qualquer intermediação ou responsabilidade nesse procedimento.

### 13. DO CRONOGRAMA PREVISTO

13.1	Inscrições	18 de dezembro de 2024 a 22 de janeiro de 2025
13.2	Resultado preliminar de homologação das inscrições	27 de janeiro de 2025
13.3	Recurso contra o resultado preliminar de homologação das inscrições	29 e 30 de janeiro de 2025
13.4	Análise de recursos contra a etapa de homologação das inscrições	4 e 5 de fevereiro de 2025
13.5	Auditoria da etapa de inscrições	6 e 7 de fevereiro de 2025
13.6	Resultado definitivo da etapa de inscrições	10 de fevereiro de 2025



13.7	Avaliação da Comissão Julgadora	11 a 17 de fevereiro de 2025
13.8	Auditoria das notas da primeira fase	18 e 19 de fevereiro de 2025
13.9	Divulgação das notas da primeira fase e de relação dos semifinalistas	21 de fevereiro de 2025
13.10	Reunião síncrona da Comissão Julgadora	25 e 26 de fevereiro de 2025
13.11	Auditoria das notas da reunião síncrona	27 de fevereiro de 2025
13.12	Divulgação dos finalistas e abertura da votação	28 de fevereiro de 2025
13.13	Votação de arquitetos e urbanistas	28 de fevereiro a 21 de março de 2025
13.14	Auditoria da votação aberta	24 de março de 2025
13.15	Cerimônia de premiação, divulgação dos vencedores e lançamento público dos novos logotipos	27 de março de 2025
13.16	Pagamento das premiações e envio dos certificados	30 de junho de 2025

#### **14. OUTRAS DISPOSIÇÕES**

- 14.1. A promoção do concurso caberá à Assessoria de Comunicação Social do CAU/BR, que terá apoio de todas as unidades administrativas e órgãos do Conselho para a execução deste Edital.



- 14.2. O centro de custos do CAU/BR referente à realização do concurso é o 4.01.05.011 - PROJETO ESTRATÉGICO — Concurso Nova Marca CAU, e as contas contábeis são as 6.2.2.1.1.01.04.04.023 — Despesas com concursos, 6.2.2.1.1.01.04.04.032 — Despesas com eventos e 6.2.2.1.1.01.04.01.004 — Outras consultorias.
- 14.3. O CAU/BR poderá cancelar o concurso de que trata este edital a qualquer momento, em razão de caso fortuito ou de força maior; por falta de qualidade dos trabalhos participantes ou, ainda, por ausência ou número baixo de inscrições, por decisão da Comissão Organizadora ou por decisão da Comissão Julgadora homologada pela presidente do CAU/BR, sem que isso implique em qualquer direito indenizatório a qualquer parte.
- 14.4. Depois de realizada a inscrição, não poderá haver desistência do concurso.
- 14.5. As datas constantes no Edital poderão ser alteradas por retificação deste instrumento, a critério do CAU/BR, em qualquer fase do concurso.
- 14.6. Qualquer omissão neste edital, a qualquer tempo, será resolvida pela presidente do CAU/BR e pela Comissão Organizadora, por meio de aditivo ao edital ou instrumento público pertinente.
- 14.7. Ao se inscreverem neste concurso, os candidatos manifestam automaticamente concordância com todas as regras deste Edital.
- 14.8. Qualquer descumprimento das regras deste edital, como uso indevido de ferramentas de inteligência artificial (IA), plágio, ausência de documentação ou não conformidade técnica resultará na eliminação imediata do(s) participante(s) em qualquer etapa em que for identificada a irregularidade.

## **15. DO SUPORTE**

- 15.1. Dúvidas, reclamações, elogios e sugestões referentes a este Edital e anexos serão recebidas exclusivamente via internet, pelo endereço [caubr.gov.br/novamarca](http://caubr.gov.br/novamarca) e pelo e-mail [novamarca@caubr.gov.br](mailto:novamarca@caubr.gov.br).



- 15.2. Quaisquer dúvidas referentes a ritos, procedimentos ou esclarecimentos acerca deste Edital poderão ser esclarecidas pela Comissão Organizadora deste concurso pelos canais indicados no item anterior.

Brasília (DF), 11 de dezembro de 2024.

**PATRÍCIA FIGUEIREDO SARQUIS HERDEN**

Presidente do CAU/BR



## **ANEXO I: CESSÃO PERMANENTE DE DIREITOS AUTORAIS E DECLARAÇÃO DE AUTORIA**

Pelo presente Termo de Cessão Permanente de Direitos Autorais, e tendo em vista o disposto na Lei Federal nº 9.610, de 19/12/1998, **[NOME COMPLETO]**, CPF nº **[NÚMERO DO CPF]**, data de nascimento **[DATA DE NASCIMENTO]** **[REPETIR NO CASO DE INSCRIÇÃO DE DOIS AUTORES]**, faço/fazemos a cessão e transferência permanente e irrevogável de direitos autorais, a partir desta data e isento de qualquer ônus, das propostas inscritas no Concurso Nova Marca do CAU para publicação em qualquer meio, a qualquer tempo, podendo ser feita qualquer modificação, a critério exclusivo do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR), sem necessidade de comunicado ou autorização. Declaro que o trabalho é inédito, autêntico e de minha/nossa legítima e exclusiva autoria, e que não viola ou infringe qualquer direito autoral existente, pelo qual me responsabilizo judicial e extrajudicialmente. Declaro também que o trabalho não foi elaborado com ferramenta de inteligência artificial (IA).

Concedo ao CAU/BR, em caráter irrevogável, por tempo ilimitado, em todo o território nacional, bem como em território internacional, todos os direitos do trabalho e/ou seus fragmentos para todos os fins — entre eles publicação, comercialização, impressão, reimpressão, atualização, exibição, reprodução, tradução, distribuição, transmissão, difusão, comunicação, adaptação, publicidade e propaganda — por qualquer formato ou meio, diretamente ou por meio de terceiros, sem manutenção de créditos do autor e sem que isso implique direito à percepção de qualquer valor, inclusive a título de direitos autorais.

**[LOCAL], [DATA]**

**[ASSINATURA(S)]**



## **ANEXO II: DECLARAÇÃO DE AUSÊNCIA DE CONFLITO DE INTERESSE**

Pelo presente Termo de Declaração de Ausência de Conflito de Interesse, **[NOME COMPLETO]**, CPF nº **[NÚMERO DO CPF]**, data de nascimento **[DATA DE NASCIMENTO]** **[REPETIR NO CASO DE INSCRIÇÃO DE DOIS AUTORES]**, afirmo/afirmamos não ter qualquer tipo de conflito de interesse com o Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR) e com qualquer dos Conselhos de Arquitetura e Urbanismo dos Estados e do Distrito Federal (CAU/UF), bem como não representar/representamos pessoa jurídica, nem ser/sermos conselheiro, suplente de conselheiro, empregado público, prestador de serviço, estagiário ou aprendiz do CAU/BR ou de qualquer dos Conselhos de Arquitetura e Urbanismo dos Estados e do Distrito Federal (CAU/UF), nem membro/membros da Comissão Julgadora, da Comissão Organizadora, bem como não tenho/temos vínculo com empresa diretamente envolvida na realização do concurso.

Declaro/declaramos ainda não ser/sermos cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade (até o terceiro grau, inclusive) de conselheiro, suplente de conselheiro, empregado público, prestador de serviço, estagiário ou aprendiz do CAU/BR ou de CAU/UF, ou de membro da Comissão Julgadora, da Comissão Organizadora ou de pessoa que tenha vínculo com empresa diretamente envolvida na realização do concurso.

**[LOCAL], [DATA]**

**[ASSINATURA(S)]**



### **ANEXO III: TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS PARA USO DE IMAGEM E VOZ**

Pelo presente Termo de Cessão de Direitos para Uso de Imagem e Voz, **[NOME COMPLETO]**, CPF nº **[NÚMERO DO CPF]**, data de nascimento **[DATA DE NASCIMENTO]** **[REPETIR NO CASO DE INSCRIÇÃO DE DOIS AUTORES]**, cedo/cedemos de forma irrevogável e universal, pelo período de 1 (um) ano a contar da publicação do resultado final do Concurso Nova Marca do CAU, ao Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR) e aos Conselhos de Arquitetura e Urbanismo dos Estados e do Distrito Federal (CAU/UF), para fins econômicos ou não, os direitos sobre minha/nossa imagem e voz, que poderão ser utilizadas, em todo ou em parte, para os fins convenientes à instituição, respeitados os limites previstos na legislação em vigor, sem limite territorial.

A cessão abrange conteúdo relacionado ao Concurso Nova Marca do CAU e se estende às mais diversas mídias e formatos, sejam digitais, eletrônicos ou físicos. A cessão de direitos é outorgada a título gratuito, não cabendo ao cedente qualquer benefício ou remuneração em contrapartida. A presente cessão não caracteriza qualquer tipo de relação trabalhista ou comercial entre as partes.

**[LOCAL], [DATA]**

**[ASSINATURA(S)]**