

**ILUSTRÍSSIMO SENHOR SUPERINTENDENTE DE MARKETING E
COMUNICAÇÃO SOCIAL DA INFRAERO POR INTERMÉDIO DO PRESIDENTE
DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

Ref.: Edital da Concorrência n.º 5/ DFLC/SEDE/2015

LINK/BAGG COMUNICAÇÃO E PROPAGANDA, já devidamente qualificada na Concorrência em epígrafe, neste ato legalmente representada por seu executivo de atendimento devidamente cadastrado nesta concorrência, SAMIR AUGUSTO OLIVEIRA DE BRITO, brasileiro, casado, portador da identidade n.º 1.709.031 SSP/DF, inscrito no CPF sob o n.º 698.522.431-87, e por seu advogado, ambos ao final assinados, vem respeitosamente, perante Vossa Senhoria, em atenção ao r. despacho de fls., apresentar suas

CONTRARRAZÕES,

ao recurso administrativo interposto pela licitante AGE COMUNICAÇÃO S.A. contra decisão administrativa, publicada no Diário Oficial de 13/07/2015, Seção 3, que ao divulgar o resultado de julgamento desclassificou-a da Licitação objeto da Concorrência n.º 05/2015, pelas razões de fato e de direito a seguir aduzidas.

Tendo em vista a publicação da abertura de vista para as licitantes apresentarem suas contrarrazões ter se dado no dia 21/07/2015 (terça-feira), o prazo começou a fluir no dia 22/07/2015 findando, por consequência, no dia 28/07/2015. Portanto, a presente peça está sendo apresentada tempestivamente.

I – BREVE SÍNTESE DOS FATOS

1. No dia 13/07/2015, a INFRAERO tornou público o resultado de julgamento da Licitação objeto da Concorrência n.º 05/2015, cujo o objeto é a contratação de 02 (duas) agências de publicidade pelo período de 01 (um) ano prorrogáveis por mais 04 (quatro).

2. Eis a ordem de classificação final das agências participantes:

Classificação	Licitantes	Invólucro 1 Nota Técnica	Invólucro 3 Nota Técnica	Soma dos Quesitos
1ª	Agência 3 Comunicação Integrada Ltda	58,00	31,50	89,50
2ª	Link/Bagg Comunicação e Propaganda Ltda	56,50	31,50	88,00
3ª	Escala Comunicação e Marketing Ltda	54,50	32,00	86,50
4ª	Sla Propaganda Ltda	55,00	30,00	85,00
5ª	Bees Publicidade Comunicação e Marketing Ltda	53,50	31,00	84,50
6ª	Artplan Comunicação S/A	50,50	33,00	83,50
7ª	Borghini Lowe Propaganda e Marketing Ltda	52,50	30,50	83,00
7ª	Calia/Y2 Propaganda e Marketing Ltda	53,00	30,00	83,00
9ª	Arcos Propaganda Ltda	54,00	28,50	82,50
10ª	Monumenta Comunicação e Estratégias Sociais Ltda	53,50	28,50	82,00
11ª	Fields Comunicação Ltda	49,00	26,50	75,70
12ª	Sotaque Brasil Publicidade e Propaganda Ltda	45,00	27,00	72,00

3. Na mesma Ata, restou consignada a desclassificação da AGE Comunicação S.A. Ato contínuo, a mencionada licitante interpôs recurso administrativo contra sua desclassificação que restou fundamentada pela Comissão Especial de Licitação no fato da sua proposta conter vícios de formato com elementos, sinais e marcas capazes de possibilitar sua identificação.

4. A decisão administrativa está rigorosamente dentro do quanto recomenda as regras do edital, legislação de regência e jurisprudência dos Tribunais que estabelecem rigor absoluto de que as propostas sejam apresentadas sem qualquer vício que possibilite sua identificação.

5. Como se verá adiante, realmente a proposta apresentada pela recorrente não atende aos termos exigidos pelo Edital merecendo, portanto, a manutenção da sua desclassificação na medida em que inequivocamente contém elementos que possibilitam sua identificação, o que é, como dito acima, vedado pelos dispositivos de lei que regem toda e qualquer concorrência pública.

6. Antes de adentrar-se no mérito recursal, imperioso repudiar e rechaçar as ilações feitas pela recorrente que ofendem a lisura com a qual está sendo conduzida a presente licitação seja por parte da d. Comissão de Licitação seja pela Subcomissão Técnica seja pelas demais licitantes que participam do certame.

7. A existência de julgamento desfavorável a qualquer das licitantes não autoriza a qualquer delas voltar-se irresponsavelmente contra as pessoas que conduzem o certame ou concorrentes, numa clara tentativa de tumultuar o processo licitatório que contou com a participação de quase 20 (vinte) agências.

8. Feito esse breve resumo dos fatos e esclarecimento, passa-se ao devido refute das razões recursais.

II - DIREITO

I) PROPOSTA EM DESACORDO COM O EDITAL E LEI DE LICITAÇÕES. IDENTIFICAÇÃO DA PROPOSTA. QUEBRA DO PRINCÍPIO DA ISONOMIA ENTRE OS CONCORRENTES. MANUTENÇÃO DA DESCLASSIFICAÇÃO.

9. A decisão que desclassificou a licitante AGE Comunicação está amparada nos seguintes fundamentos:

“MCGARRV BOWEN (desclassificada conforme item 11.5.2 do edital)

A empresa foi a única a apresentar 2 cópias de cada peça eletrônica na via identificada.

Verificamos que a mesma prática foi adotada pela agência 13- "Infraero. Cada vez melhor".

Notamos também que as fotografias dos empregados da agência, apresentadas no caderno de Capacidade de Atendimento, apresentam semelhanças com as fotografias da agência 13 - " Infraero. Cada vez melhor". As fotos foram tiradas no mesmo local, com o mesmo colete e mesmas pessoas ao fundo, dando indícios de que a agência 13 – “ Infraero. Cada vez melhor” é a McGarry Bowen.”

A SUBCOMISSÃO desclassificou a licitante AGE COMUNICAÇÕES S/A [Mcgarry Bowen] por ter correlacionado situação [fotografias] de identificação da licitante, nos termos do subitem 11.5.2 do Edital - Fundamento Legal: alínea "a" do subitem 12.4 do Edital. Em seguida, o Presidente da Comissão Especial de Licitação comunicou aos presentes que o resultado de julgamento desta fase será publicado no Diário Oficial da União - DOU de conformidade com o que dispõe o subitem 21.1 do Edital, abrindo-se o prazo recursal de 5 (cinco) dias úteis, a contar do dia útil imediatamente posterior ao da publicação. Na sequência, informou que os invólucros 1, 2 e 3 estão franqueados para vistas dos representantes das licitantes, a partir desta data [10/07/2015], Nada mais a tratar a reunião foi encerrada lavrando-se a presente ata que depois de lida e aprovada segue assinada pelos membros da Comissão Especial de Licitação e representantes das licitantes presentes.

10. O Edital da Concorrência é claro, em seu item 11.5.2, quanto à vedação da aposição, no item 11.5 – Capacidade de Atendimento –, de elemento que possibilite identificação de autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada – antes da abertura do Invólucro 2 – Via Identificada:

11.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 **não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.**

11. Ocorre que a recorrente AGE Comunicações S/A, dentre vários outros equívocos, infringiu frontalmente a letra do edital e a Lei de Licitações, o que levou à sua desclassificação pela Subcomissão Técnica e Comissão Especial de Licitação.

12. Quanto ao flagrante desatendimento ao item 11.5.2, especificamente, a recorrente **apresentou layouts em seu Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, com fotografias contendo exatamente os mesmos elementos das fotografias que identificavam seus funcionários no item 11.6 "b". Tanto as fotos utilizadas nos layouts obrigatoriamente apócrifos, como também as imagens que identificavam os funcionários da empresa continuam, igualmente:**

- 1 – Imagem de pessoa com colete da Infraero em posição "retrato";**
- 2 – Colete da Infraero na cor amarela;**

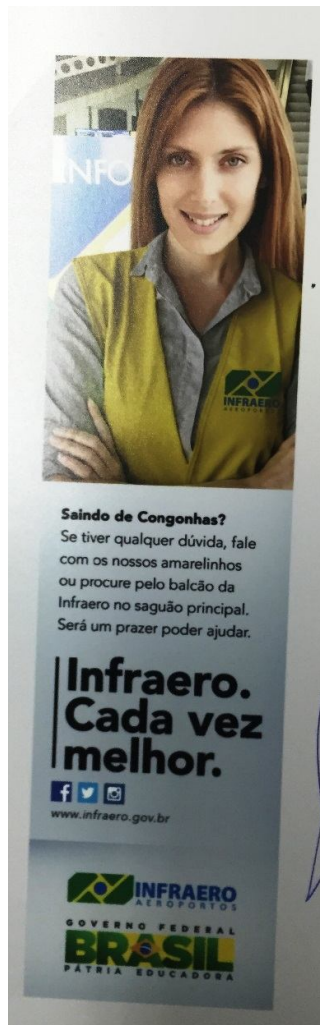
- 3 – Ambientação da fotografia em aeroporto;
- 4 – Foco no rosto e na marca Infraero do colete e fundo levemente desfocado;
- 5 – Braços cruzados: 2 modelos nas peças impressas apócrifas e 11 funcionários da AGE.

13. Necessário, trazer as mencionadas fotos para o corpo da presente peça, eis que comprovam de maneira incontestável o padrão criado pela própria licitante em sua proposta. Confira:

Modelos nas peças do plano de comunicação: **modelo masculino**



Modelos nas peças do plano de comunicação: **modelo feminina**



Funcionários da AGE Comunicações S/A:



Melo&Tognolo

ADVOGADOS

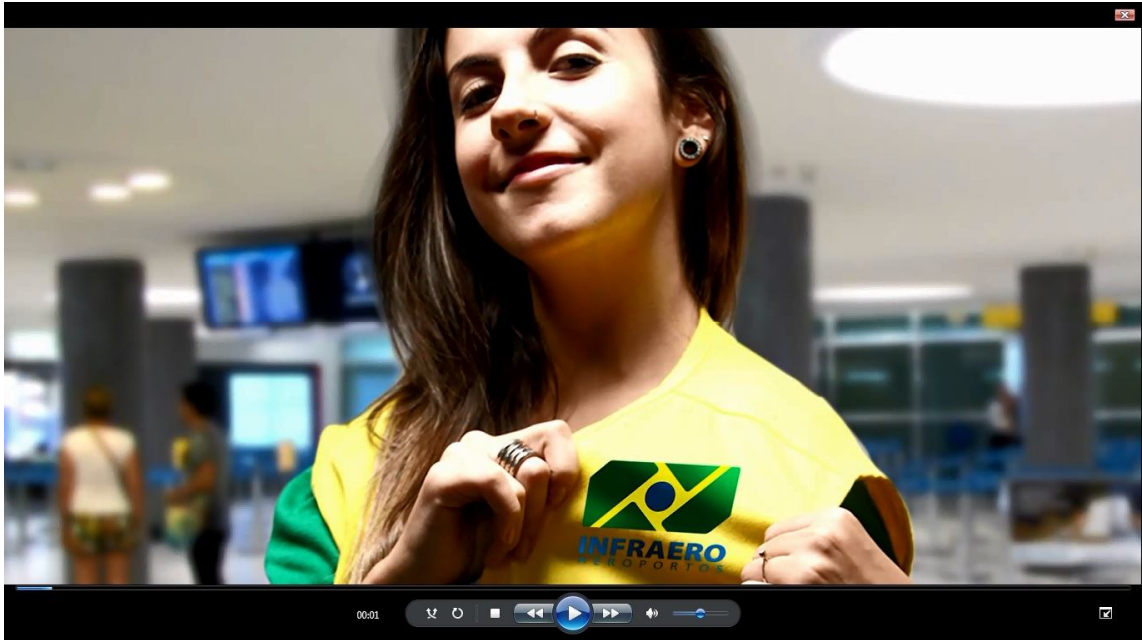
OAB/DF 658





14. Complementarmente, como prova material, **a proposta da AGE** utilizou em 2 (dois) frames do monstro apresentado para a Peça 1 – Vídeo “Funcionários” – 2”, **modelos na exata posição que alguns de seus funcionários, nos mesmos cenários, com as mesmas pessoas ao fundo, com a mesma roupa, nas mesmas cores, com os mesmos painéis luminosos e as mesmas marcas**, o que possibilita a identificação cabal de sua proposta, ao correlacionar partes da Proposta Apócrifa – Invólucro I, com seus funcionários, apresentados na Capacidade de Atendimento – Via Identificada do Invólucro 3. Mais uma vez pede-se licença para colacionar as fotos utilizadas pela recorrente em sua proposta:

Frame 1 – Vídeo “Funcionários” – 2” – Segundo 1 ao 5.



Funcionária da Age Comunicações S/A – Capacidade de Atendimento



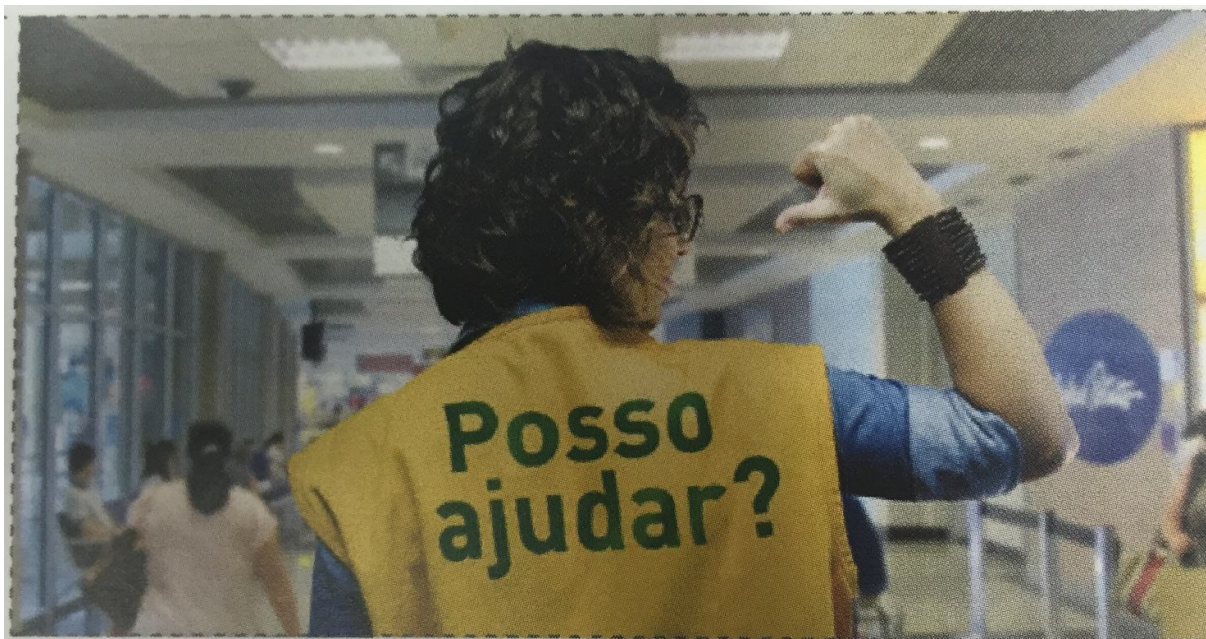
Frame 2 – Vídeo “Funcionários” – 2” – Segundo 33.



Funcionários da Age Comunicações S/A – Capacidade de Atendimento



Funcionários da Age Comunicações S/A – Capacidade de Atendimento



15. Como se percebe claramente, **são as mesmas cenas, com pessoas repetidas ao fundo, na mesma posição, olhando para a mesma direção, com as mesmas roupas, mesmas placas indicativas e a mesma e inconfundível marca azul à direita da imagem do restaurante *Baked Potato*, em TODAS as fotos do 2º frame**. Comparando os frames com as imagens dos funcionários da recorrente, foram localizados pelo menos 7 (sete) pontos de identificação em cada frame. (anexos 1 a 4)

16. Apesar de apresentadas provas materiais e cabais que possibilitam a identificação de autoria da proposta da Age Comunicações S/A, antes da sessão de abertura do Invólucro 2, Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada – ocorrida no último dia 10/07/2015, resta evidente a intenção da recorrente não de exercer o seu direito de defesa, do qual inclusive reclama ter sido cerceado, mas, sim, sua clara pretensão de tumultuar o processo licitatório corretamente conduzido pela Comissão Especial de Licitação e sua Subcomissão Técnica.

17. De outra banda, a não observância aos itens 11.7.2 e 11.9.2 do Edital é flagrante.

18. Para espanto desta licitante, que participa de concorrências por todo o país há mais de 20 anos, foi a primeira vez que se deparou com uma proposta com 02 (duas) cópias de suas peças eletrônicas apócrifas, com a justificativa de apresentação de “cópias de segurança”, e repete o mesmo padrão para as peças que fazem parte de envelopes obrigatoriamente identificados, como o Repertório (item 11.7) e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (item 11.9).

19. Com todo o respeito, tal procedimento é necessidade discutível já que é suficiente apenas testar a mídia gravada antes de ser inserida nos envelopes, apócrifos ou não, haja vista a vida útil de uma mídia CD/DVD, muito superior ao prazo médio de julgamento de concorrências públicas, mais do que um procedimento de segurança, o que a Age Comunicações S/A conseguiu, intencionalmente ou não, foi criar novas marcas de possível identificação de autoria de sua proposta ao estabelecer mais um padrão que diferenciou sua proposta de todas as demais licitantes.

20. Mais uma vez se socorrendo das cópias da proposta da recorrente, demonstra-se o quanto afirmado pelas fotos de todos os CDs/DVDs:

Foto dos CDs/DVDs apresentados no Plano de Comunicação – Via Não Identificada:

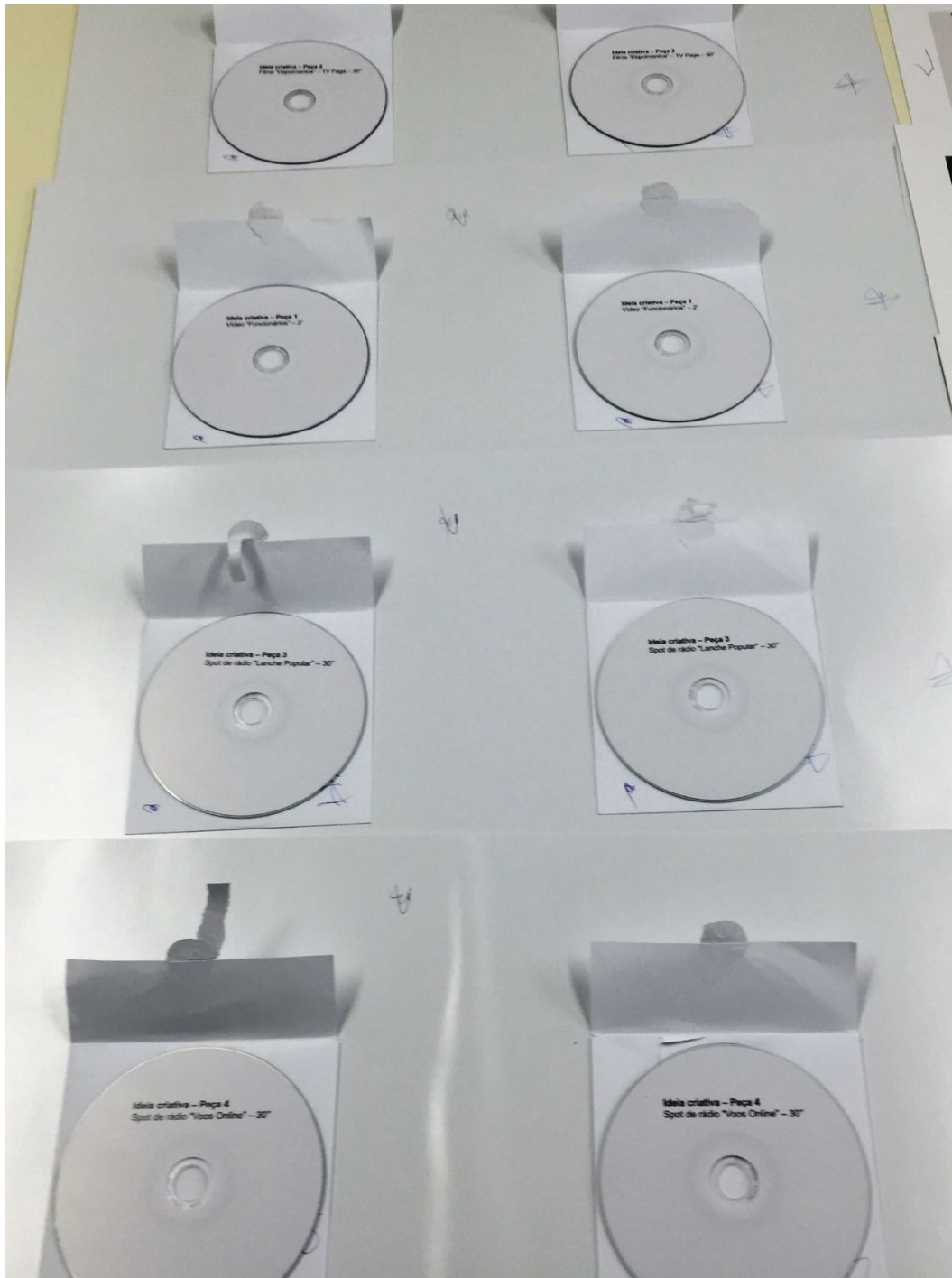


Foto dos CDs/DVDs apresentados no Repertório/Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – Via Identificada:

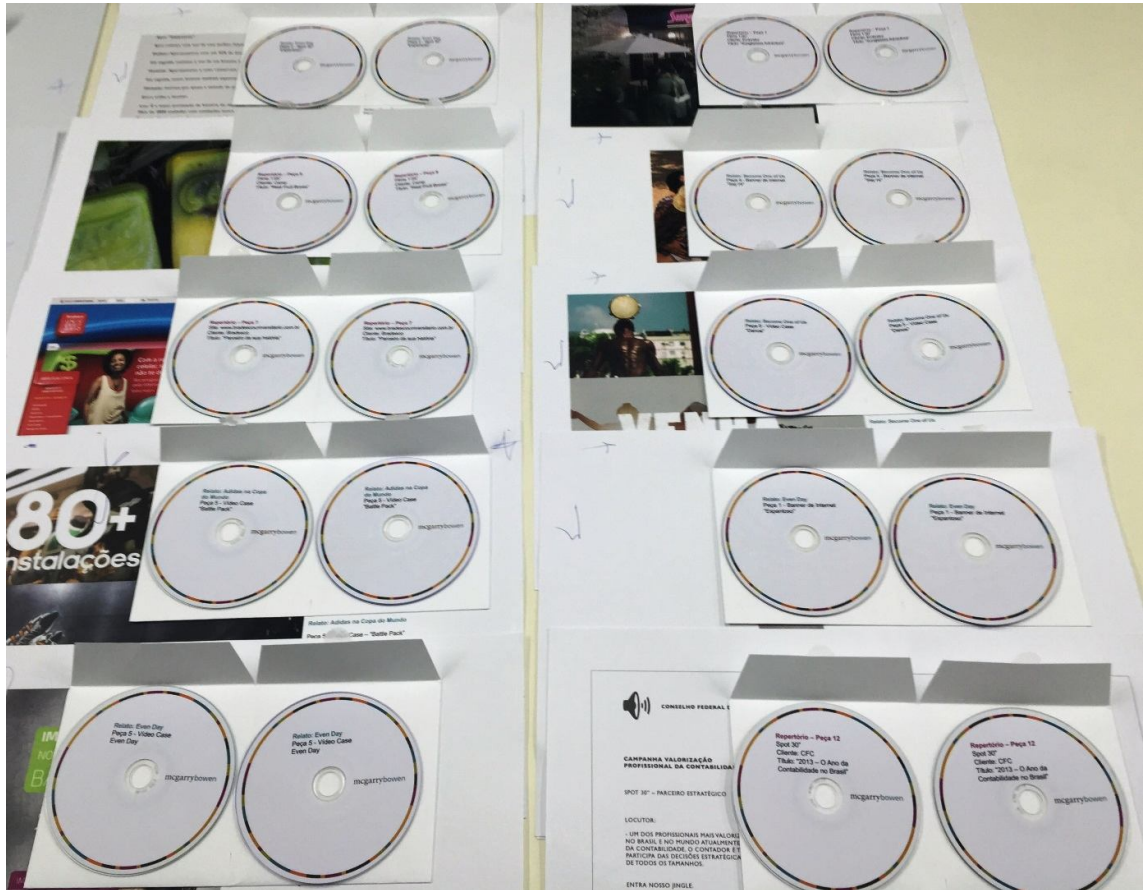
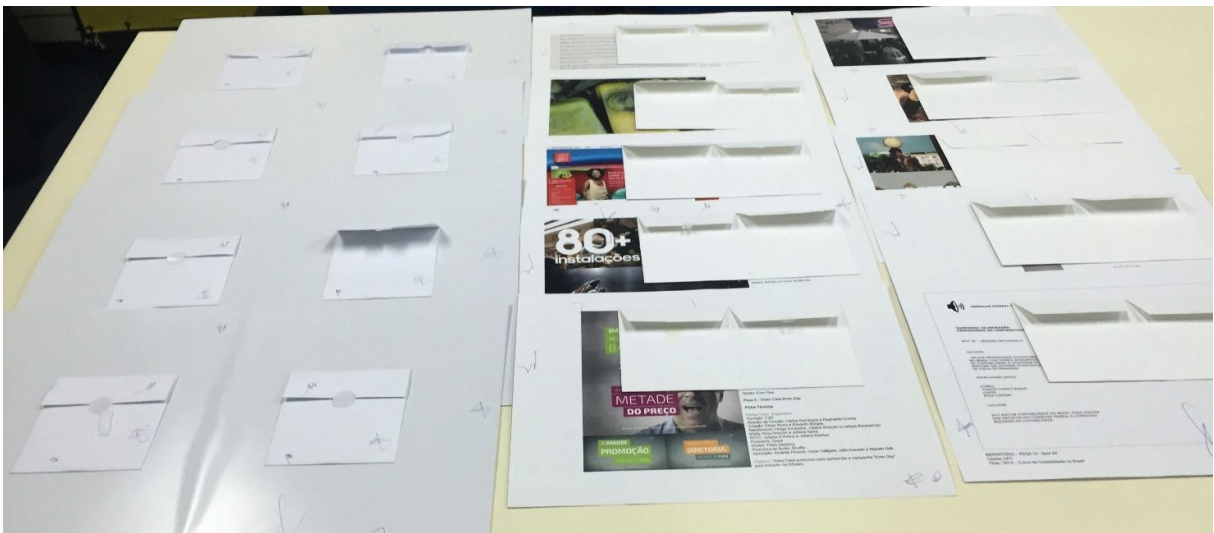
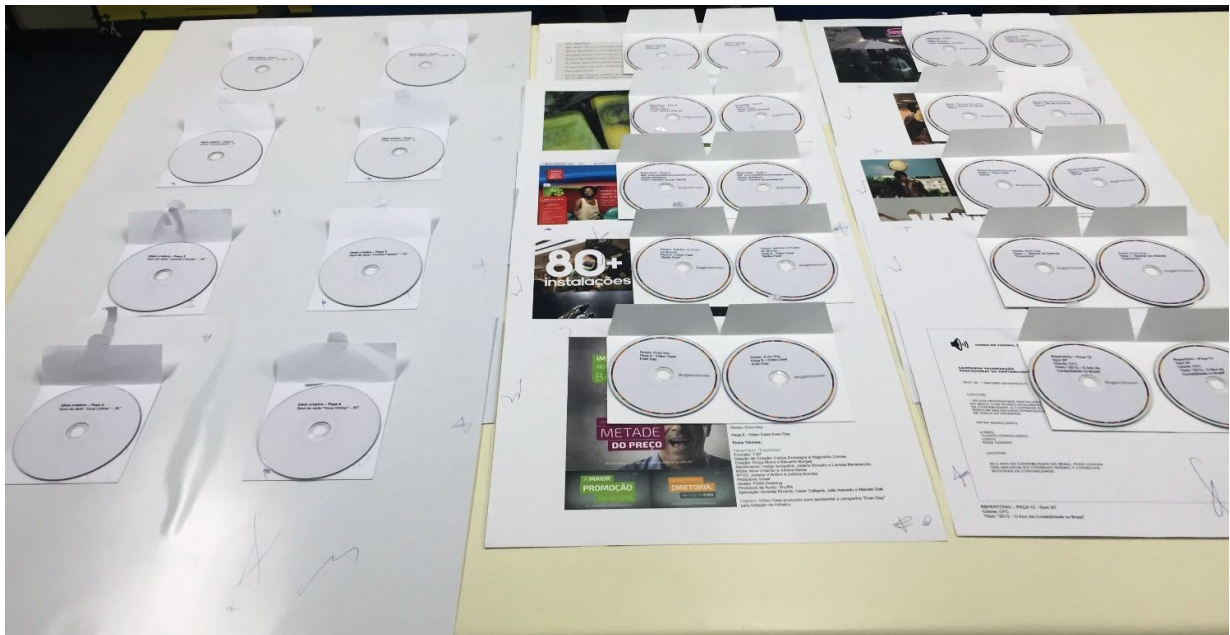


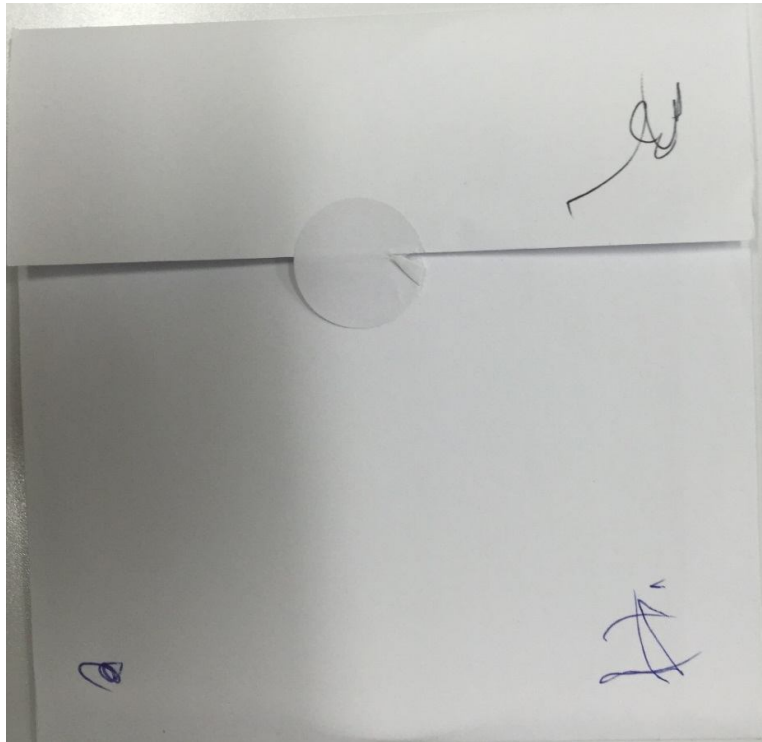
Foto dos CDs/DVDs apresentados no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e os CDs/DVDs apresentados no Repertório e nos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – Via Identificada:





21. Outra similaridade notável na padronização de CDs/DVDs apresentados é o uso de **adesivos circulares** para fechamento dos envelopes/capas, sendo este outro elemento que possibilita a identificação da proposta:

Capa de CD/DVD do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada



Capa de CD/DVD do Invólucro 3 – Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:



22. Como facilmente se percebe, mais do que a criação de padrões visuais e de apresentação materiais similares que propiciam a identificação da

proposta, esta inusitada replicação, não repetida por nenhuma outra licitante, demonstra a flagrante falta de cuidado e comprovação de que a AGE Comunicações S/A realmente não apresentou apenas “semelhanças” ou “indícios” de identificação da autoria de sua proposta.

23. Pelo contrário, a Subcomissão Técnica foi benevolente na avaliação da proposta da recorrente, eis que resta evidente, como exaustivamente comprovado, que existem diversos elementos que levam à identificação da proposta apresentada pela AGE Comunicação, o que se confirmou no dia 10/07/2015 quando foi possível a confrontação dos slogans que vieram a identificar as propostas de cada concorrente.

24. Importante frisar que a própria recorrente admite que sua proposta está em desacordo com o Edital, ou seja, não há dúvida quanto a autoria, apesar de informar que tal equívoco não fora intencional.

25. A recorrente deveria se dar por satisfeita com o julgamento feito pela Comissão e Subcomissão Técnica, porque, na verdade, a forma grosseira e descuidada com que sua proposta fora apresentada deveria ser julgada com maior rigor, eis que apresentada com vícios que suficientes para tentar burlar as regras vigentes.

26. Ora, intencional ou não, a recorrente deve suportar o ônus dos vícios existentes em suas propostas e suas consequências.

27. Ao contrário do que afirma e pretende a recorrente ao sustentar que a decisão fora muito rigorosa com a sua proposta dando-lhe tratamento não isonômico nem proporcional nem razoável, a observação das regras insertas no Edital devem ser feitas tanto pela Comissão de Licitação como pelas licitantes.¹

¹ Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

Art. 44. No julgamento das propostas, a Comissão levará em consideração os critérios objetivos definidos no edital ou convite, os quais não devem contrariar as normas e princípios estabelecidos por esta Lei.

§ 1º É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fator sigiloso, secreto, subjetivo ou reservado que possa ainda que indiretamente elidir o princípio da igualdade entre os licitantes.

Art. 48. Serão desclassificadas:

28. Ademais, outras licitantes foram desclassificadas pela Comissão Especial de Licitação e Subcomissão Técnica por terem apresentado propostas em desacordo com as regras do Edital. Tal fato desmistifica eventual ilação feita pela recorrente de que sua proposta fora julgada com tratamento não isonômico.

29. Esse é entendimento do Tribunal Regional Federal da 1.^a Região, confira-se:

AGRAVO DE INSTRUMENTO. ADMINISTRATIVO. LICITAÇÃO. DESCLASSIFICAÇÃO DE PROPOSTA. VINCULAÇÃO AO EDITAL AGRAVO PROVIDO.

I - Orientação jurisprudencial assente no sentido que o Edital de Licitação regula as regras do certame, consubstanciando-se na legislação pertinente (precedentes).

II – A proposta de preço apresentada em desconformidade com o edital não será aceita, sob pena de ferir o princípio da isonomia e conferir privilégio a uma empresa licitante em detrimento das demais.

III - Hipótese em que tendo a empresa licitante apresentado proposta de preço em que apresentava informação que tornava possível sua identificação junto ao órgão de registro do produto, descumpriu a regra do edital que proibia a indicação de qualquer elemento que pudesse identificar a licitante.

IV – Indicação do número de registro na ANVISA identifica não só o fabricante, como também o distribuidor, no caso, o licitante.

V – Ausente qualquer ilegalidade na conduta do pregoeiro, que desclassificou a empresa agravada por descumprimento do edital, tendo em vista constar de sua proposta de preços elemento que facultou sua identificação como distribuidora do produto objeto da licitação.

VI – Agravo de instrumento a que se dá provimento.²

30. Em seu brilhante voto, o Desembargador Jirair Meguerian sedimentou a questão no sentido de que a Comissão de Licitação e as licitantes devem observar e se vincular às regras previstas no Edital:

“11. Dessa forma, a princípio, agiu corretamente a autoridade coatora ao desclassificar a empresa Medtronic do Pregão Eletrônico SRP n. 22/2013 - EBSERH, sob pena de deixar de observar regra do edital, ao qual estava vinculado o procedimento licitatório. Até porque, agiu de forma isonômica,

I - as propostas que não atendam às exigências do ato convocatório da licitação;

II - propostas com valor global superior ao limite estabelecido ou com preços manifestamente inexequíveis, assim considerados aqueles que não venham a ter demonstrada sua viabilidade através de documentação que comprove que os custos dos insumos são coerentes com os de mercado e que os coeficientes de produtividade são compatíveis com a execução do objeto do contrato, condições estas necessariamente especificadas no ato convocatório da licitação.

² TRF da 1.^a Região, AG n.º 0010759-67.2014.4.01.0000/DF, Rel. Des. Jirair Meguerian, unânime, 6.^a Turma, D.J. 21/07/2014.

tendo em vista que desclassificou além da empresa agravadas, as empresas licitantes Maquet Cardiopulmonar do Brasil Indústria e Comércio Ltda., fls. 482, 484; STJude Medical Brasil Ltda. e Biotronik Comercial Medical Ltda., fl. 487, 488, 489 e 491; que também deixaram de observar o item 3.8 do edital, o que, em tese, desconstitui o “fundamento relevante” a que alude o inciso III do art. 7º da Lei n. 12.016/2009, no sentido de suspender o procedimento licitatório em questão.

12. Sobre a natureza vinculativa do ato convocatório e o dever da Administração de reprimir seu descumprimento, assim dispõe Marçal Justen Filho³:

“O instrumento convocatório cristaliza a competência discricionária da Administração, que se vincula a seus termos. Conjugando a regra do art. 41 com aquela do art. 4º, pode-se afirmar a estrita vinculação da Administração ao edital, seja quanto a regras de fundo quanto àquelas de procedimento. Sob um certo ângulo, o edital é o fundamento de validade dos atos praticados no curso da licitação, na acepção de que a desconformidade entre o edital e os atos administrativos praticados no curso da licitação se resolve pela invalidade destes últimos. Ao descumprir normas constantes do edital, a Administração Pública frustra a própria razão de ser da licitação. Viola os princípios norteadores da atividade administrativa, tais como a legalidade, a moralidade, a isonomia. O descumprimento a qualquer regra do edital deverá ser reprimido, inclusive através dos instrumentos de controle interno da Administração Pública.”

31. Assim, melhor ou pior avaliada, as propostas devem seguir o quanto dispõe as diretrizes traçadas pelas regras editalícias. Fechar os olhos para pequenos ou grandes vícios, que, no caso concreto, foram enormes, grosseiros e diversos, seria, sim, tratar de forma desigual os iguais, o que malferiria os princípios do Princípio da Isonomia, Motivação, Vinculação ao Instrumento Convocatório, própria Lei de Licitações e o Edital.

32. Portanto, as inúmeras faltas praticadas pela recorrente levam à inequívoca inobservância às regras do Edital, o que justifica a manutenção da decisão administrativa que determinou a sua exclusão da presente Concorrência.

III - PEDIDOS

33. Em face do acima exposto, a licitante LINK/BAGG Comunicação e Propaganda Ltda. requer o **não provimento** do recurso interposto pela AGE Comunicação S.A., com a consequente manutenção da decisão administrativa que

³ Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, Ed. Dialética, São Paulo. 12ª Edição, pg. 526.

Art. 4º Todos quantos participem de licitação promovida pelos órgãos ou entidades a que se refere o art. 1º têm direito público subjetivo à fiel observância do pertinente procedimento estabelecido nesta lei, podendo qualquer cidadão acompanhar o seu desenvolvimento, desde que não interfira de modo a perturbar ou impedir a realização dos trabalhos. (Lei n. 8.666/93).

Art. 41. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada. (Lei n. 8.666/93)

desclassificou a recorrente, ante a existência de diversos elementos, marcas e sinais que possibilitam a identificação da proposta desclassificada.

Pede deferimento.

Brasília, 27 de julho de 2015.

Samir Augusto Oliveira de Brito
LINK/BAGG COMUNICAÇÃO E PROPAGANDA

Guilherme Navarro e Melo
OAB/DF 15.640