



**Business Online Comunicação de Dados**

Av. Eng. Ludolfo Boehl 205 – Salas 301 e 302 - Bairro Teresópolis  
CEP 91720-150  
Telefone: (51) 3320 - 4444 – Porto Alegre – RS  
e-mail: [comercial@bolnet.com.br](mailto:comercial@bolnet.com.br)  
[www.licitacao.net](http://www.licitacao.net)

**PROJETO DE LEI Nº 4144 DE 2008**

Dispensa de licitação o uso de áreas, equipamentos ou instalações aeroportuárias destinados a eventos promocionais e de publicidade quando o prazo da licitação for considerado inviável.

Autor: **Deputado Celso Russomanno PP - SP**

O **Congresso Nacional** decreta:

**Art. 1º** Esta Lei altera a Lei n.º 7.565, de 19 de dezembro de 1986, que trata do Código Brasileiro de Aeronáutica, com o objetivo de regular a exploração de áreas destinadas a publicidade e propaganda em aeroportos.

**Art. 2º** Inclua-se o art. 42A na Lei n.º 7.565, de 19 de dezembro de 1986, com a seguinte redação:

“Art. 42A Os contratos de concessão de uso de áreas ou espaços de áreas destinadas à exploração comercial em aeroportos deverão observar o disposto no art. 2º da Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, ressalvados os contratos de concessão de uso de áreas, equipamentos ou instalações aeroportuárias destinados a eventos promocionais e de publicidade, quando for considerada inviável a competição nos termos e critérios estabelecidos por regulamentação”.

Parágrafo único. Para as atividades comerciais de publicidade e propaganda, o preço será

**Business Online Comunicação de Dados**

Av. Eng. Ludolfo Boehl 205 – Salas 301 e 302 - Bairro Teresópolis  
CEP 91720-150  
Telefone: (51) 3320 - 4444 – Porto Alegre – RS  
e-mail: [comercial@bolnet.com.br](mailto:comercial@bolnet.com.br)  
[www.licitacao.net](http://www.licitacao.net)

formado somente pelo preço fixo.”

**Art. 3º** Esta Lei entra em vigor no prazo de 90 dias da sua publicação.

**JUSTIFICAÇÃO**

A aviação é uma atividade de segurança nacional, controlada pelos órgãos de defesa do País, como os Ministérios da Aeronáutica e da Defesa. Os tratados, convenções e atos internacionais e a legislação que regulam o setor visam, em primeiro lugar, assegurar a segurança dos passageiros. Por isso, é fundamental que haja regras estabelecidas pelas autoridades competentes, com vistas a garantir a eficiência e o pleno funcionamento do serviço.

Como pilar do sistema, o Código Brasileiro de Aeronáutica, instituído pela Lei n.º 7.565, de 19 de fevereiro de 1998, estabelece normas para o uso do espaço aéreo; a infra-estrutura do sistema aeroportuário e o sistema de proteção ao voo, entre outras medidas.

Entretanto, em seus 324 artigos, a referida lei não menciona qual a relação entre a publicidade e os seus limites no sistema aeroportuário nacional.

A publicidade nos aeroportos é uma atividade regulada tão somente pela Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária (Infraero), empresa pública encarregada de implantar, administrar, operar e explorar industrial e comercialmente a infra-estrutura aeroportuária no Brasil.

Recentemente, a empresa foi alvo de denúncias de



**Business Online Comunicação de Dados**

Av. Eng. Ludolfo Boehl 205 – Salas 301 e 302 - Bairro Teresópolis  
CEP 91720-150  
Telefone: (51) 3320 - 4444 – Porto Alegre – RS  
e-mail: [comercial@bolnet.com.br](mailto:comercial@bolnet.com.br)  
[www.licitacao.net](http://www.licitacao.net)

licitações dirigidas, obras superfaturadas e irregularidades em contratos de publicidade e seus dirigentes estão sendo investigados pelo Tribunal de Contas da União (TCU), Controladoria Geral da União (CGU) e Ministério Público Federal. A estatal administra uma soma considerável de recursos. Em 2006, a receita bruta, segundo notícias na imprensa, foi de R\$ 2,036 bilhões, sendo que mais de R\$ 500 milhões foram provenientes do aluguel de lojas e de espaços de publicidade dentro dos aeroportos.

De acordo com dados da Associação Brasileira de Mídia Aeroportuária (ABMA), existem, somente no Aeroporto de Guarulhos, 580 peças publicitárias instaladas e 7.000 placas de carrinhos. A associação contabiliza mais de 300 empresas atuando no setor da mídia aeroportuária, sendo responsável por cerca de 3.900 (três mil e novecentos) empregos diretos e indiretos.

A diversidade de mídias e anunciantes é saudável, no caso da aviação, porque presta-se a financiar uma atividade onerosa, que exige pesados investimentos por parte dos operadores e também do Estado, este último responsável pela manutenção e expansão da infra-estrutura de aeroportos no País. Assim, o setor demanda volume crescente de recursos para assegurar eficiência, comodidade e segurança aos usuários dos transportes aéreos.

Assim, a publicidade que se verifica hoje nos aeroportos é desejável no sentido de configurar uma fonte de receita importante para o



**Business Online Comunicação de Dados**

Av. Eng. Ludolfo Boehl 205 – Salas 301 e 302 - Bairro Teresópolis  
CEP 91720-150  
Telefone: (51) 3320 - 4444 – Porto Alegre – RS  
e-mail: [comercial@bolnet.com.br](mailto:comercial@bolnet.com.br)  
[www.licitacao.net](http://www.licitacao.net)

governo e também para as empresas, que podem repassar assim vantagens tarifárias adicionais ao consumidor. No entanto, recentes denúncias envolvendo fraudes e corrupção no comando da Infraero tornaram necessária a existência de maior transparência nos contratos firmados entre o órgão e terceiros.

Por essa razão, estamos propondo que os contratos para exploração de áreas comerciais em aeroportos devem ser precedidos de licitação, para democratizar o acesso a esses espaços. A concorrência, além de corrigir erros viciosos que pode haver com “empresas amigas”, também é uma forma de auferir uma renda maior com os contratos publicitários.

No entanto, o que se verifica no mercado publicitário é uma grande rotatividade de anúncios, em função dos lançamentos e campanhas promovidas pela indústria e pelo comércio. Dessa forma, neste caso específico, ou seja, “nas contratações de concessão de uso de áreas eventuais e promocionais, não é a Infraero que norteia o momento e a oportunidade do negócio, por tempo limitado, e sim a necessidade da indústria e do comércio em mostrar à sociedade as suas novas marcas/produtos; portanto, não há como deflagrar uma licitação, haja vista não haver sequer previsão para o momento certo do lançamento deste ou daquele produto”.

Assim, configura-se situação em que os contratos são sempre assinados por tempo determinado, e em que a viabilidade ou não de



**Business Online Comunicação de Dados**

Av. Eng. Ludolfo Boehl 205 – Salas 301 e 302 - Bairro Teresópolis  
CEP 91720-150  
Telefone: (51) 3320 - 4444 – Porto Alegre – RS  
e-mail: [comercial@bolnet.com.br](mailto:comercial@bolnet.com.br)  
[www.licitacao.net](http://www.licitacao.net)

competição deve ser analisada diante do caso concreto, levando-se em consideração aspectos como especificidade do produto; oportunidade de negócio e sazonalidade.

A inviabilidade de licitação nos contratos publicitários de

caráter promocional foi o argumento usado pela própria Infraero para contestar

a Decisão n.º 313/2000, do Tribunal de Contas da União, referente à concessão de uso de área no Aeroporto Internacional do Galeão, Rio de Janeiro. Na decisão, o tribunal proibiu a assinatura de contratos de concessão de uso de áreas destinadas à exploração comercial em aeroportos em caráter temporário e sem o devido procedimento licitatório.

Entretanto, em julgamento posterior, a Decisão n.º

1.695/2002, o TCU flexibilizou a regra, nos seguintes termos:

“8.2. Determinar à Infraero que, em observância ao princípio da legalidade, abstenha-se de firmar contratos de concessão de uso de áreas destinadas à exploração comercial em aeroportos sem o devido procedimento licitatório, consoante o parágrafo único do art. 41 da Lei n.º 7.565, de 19/12/1986, c/c o art. 2º da Lei n.º 8.666/93, ressalvados os contratos de concessão de uso de áreas destinadas a eventos promocionais e de publicidade, quando em cada situação concreta seja efetivamente demonstrada a inviabilidade de competição;”



**Business Online Comunicação de Dados**

Av. Eng. Ludolfo Boehl 205 – Salas 301 e 302 - Bairro Teresópolis  
CEP 91720-150  
Telefone: (51) 3320 - 4444 – Porto Alegre – RS  
e-mail: [comercial@bolnet.com.br](mailto:comercial@bolnet.com.br)  
[www.licitacao.net](http://www.licitacao.net)

Em razão de ser uma área de intensa circulação, os aeroportos não podem prescindir dos anúncios publicitários, cujos espaços atraem grandes anunciantes. De janeiro a julho de 2008, segundo dados oficiais da Infraero, os 67 aeroportos administrados pela estatal tiveram um movimento de 67.392.567 de passageiros (embarque, desembarque e conexões). É um mercado consumidor que não pode ser ignorado. Em várias partes do mundo, a publicidade nos aeroportos, seja impressa ou eletrônica, e também nas aeronaves é uma constante.

Assim, propomos o presente projeto de lei, de modo a consolidar esse entendimento e, ao mesmo tempo, disciplinar uma atividade de

grande relevância para a sustentabilidade do sistema aeroportuário. Nesse

5i

sentido, estamos reforçando o que está estabelecido no art. 2º da Lei n.º 8.666/93, que dispõe:

“As obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações, concessões, permissões e locações da Administração Pública, quando contratadas com terceiros, serão necessariamente precedidas de licitação, ressalvadas as hipóteses previstas nesta lei.”

Pela pertinência da proposta, pedimos apoio dos Nobres



**Business Online Comunicação de Dados**

Av. Eng. Ludolfo Boehl 205 – Salas 301 e 302 - Bairro Teresópolis

CEP 91720-150

Telefone: (51) 3320 - 4444 – Porto Alegre – RS

e-mail: [comercial@bolnet.com.br](mailto:comercial@bolnet.com.br)

[www.licitacao.net](http://www.licitacao.net)

Deputados na aprovação do presente Projeto de Lei.