

AVULSO NÃO
PUBLICADO –
REJEIÇÃO NA
ÚNICA
COMISSÃO DE
MÉRITO



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.894-A, DE 2008

(Do Sr. Edigar Mão Branca)

Acrescenta dispositivos ao Código Brasileiro de Aeronáutica, para dispor sobre publicidade em áreas aeroportuárias e aeronaves; tendo parecer da Comissão de Viação e Transportes, pela rejeição (relator: DEP. OLAVO CALHEIROS).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE
VIAÇÃO E TRANSPORTES E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIACÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

SUMÁRIO

I - Projeto inicial

II – Na Comissão de Viação e Transportes:

- parecer do relator
- parecer da Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta dispositivos à Lei nº 7.565, de 19 de dezembro de 1986 – Código Brasileiro de Aeronáutica, para impor limitações e proibições a publicidade em áreas aeroportuárias e aeronaves.

Art. 2º O Título III, Capítulo II, Seção IV – Da utilização das áreas aeroportuárias –, da Lei nº 7.565, de 1986, passa a vigorar acrescido do seguinte dispositivo:

“Art. 42-A. A publicidade em áreas aeroportuárias está sujeita às seguintes limitações:

I - é proibida a veiculação de anúncios publicitários, por meio sonoro, em quaisquer áreas dos aeroportos, internas ou externas;

II - é proibida a veiculação de anúncios publicitários, por meio visual:

a) em quaisquer áreas internas dos aeroportos destinadas ao trânsito ou à permanência de passageiros exceto nas dependências dos estabelecimentos comerciais, de que trata o art. 39, inciso IX, desta lei, ou nos escritórios ou recintos utilizados por concessionários ou permissionários de serviços aéreos públicos, desde que, neste caso, veicule-se somente publicidade da própria empresa;

b) em quaisquer áreas externas destinadas à permanência ou movimentação de aeronaves.”

Art. 3º O Título VI, Capítulo III, Seção IV – Do controle e fiscalização dos serviços aéreos públicos -, da Lei nº 7.565, de 1986, passa a vigorar acrescido do seguinte dispositivo:

“Art. 200-A. É proibida a veiculação de quaisquer anúncios publicitários no interior das aeronaves empregadas no serviço de transporte aéreo público regular.”

Art. 4º Os infratores do disposto nos arts. 42-A e 200-A, acrescentados, por esta Lei, ao Código Brasileiro de Aeronáutica – Lei nº 7.565, de 1986 -, estão sujeitos às penas de multa e de suspensão, nos termos do Título IX – Das infrações e providências administrativas - da Lei nº 7.565, de 1986.

Art. 5º É concedido o prazo de cento e oitenta dias, contado da data de publicação desta Lei, para que as administrações aeroportuárias e as empresas concessionárias ou autorizadas de serviço de transporte aéreo público regular passem a observar as limitações e proibições previstas nos arts. 42-A e 200-A da Lei nº 7.565, de 1986.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

As administrações aeroportuárias e empresas aéreas vêm explorando, com verdadeira cobiça, uma nova fonte de receita para o custeio de seus negócios: a venda de espaços publicitários.

Atualmente, é quase impossível caminhar nos aeroportos ou ocupar um assento nas aeronaves sem ficar exposto a uma profusão de anúncios publicitários, dirigidos aos cidadãos por meio sonoro ou visual. O que se encontra nos aeroportos brasileiros não é informação ou publicidade, mas uma poluição visual e sonora que confunde o usuário e aumenta o stress do viajante.

A despeito do comprometimento estético das áreas aeroportuárias, tal estratégia empresarial seria quase inofensiva, não fosse o fato de os anúncios publicitários competirem com o sistema oficial de informações pela atenção dos usuários do transporte aéreo. Mesmo que o passageiro não se interesse pelas propagandas existentes, o simples fato de ter de dedicar atenção especial para distinguir o que é informação relevante do que é mera publicidade já lhe causa indubitável desconforto, especialmente nas atuais circunstâncias, em que grassa certa desorganização nas operações de embarque.

Aeroportos e aeronaves, por se relacionarem à prestação de um serviço público, devem colocar o direito do cidadão à informação clara e precisa à frente de objetivos puramente comerciais. Fontes alternativas de receitas – que reconhecemos ser necessárias - podem ser obtidas mediante a exploração de outras atividades e espaços, compatíveis com a natureza do transporte aéreo. O importante é que o acessório não se sobreponha ao principal, e deixe de ser poluição para ser informação relevante.

Feitas essas considerações, espero contar com a colaboração de todos quantos possam aperfeiçoar esta iniciativa, a fim de torná-la lei.

Sala das Sessões, em 26 de março de 2008.

Deputado EDIGAR MÃO BRANCA

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 7.565 DE 19 DE DEZEMBRO DE 1986

Dispõe sobre o Código Brasileiro de Aeronáutica.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

.....

TÍTULO III
DA INFRA-ESTRUTURA AERONÁUTICA

.....

CAPÍTULO II
DO SISTEMA AEROPORTUÁRIO

.....

Seção IV
Da Utilização de Áreas Aeroportuárias

Art. 39. Os aeroportos compreendem áreas destinadas:

I - à sua própria administração;

II - ao pouso, decolagem, manobra e estacionamento de aeronaves;

III - ao atendimento e movimentação de passageiros, bagagens e cargas;

IV - aos concessionários ou permissionários dos serviços aéreos;

V - ao terminal de carga aérea;

VI - aos órgãos públicos que, por disposição legal, devem funcionar nos aeroportos internacionais;

VII - ao público usuário e estacionamento de seus veículos;

VIII - aos serviços auxiliares do aeroporto ou do público usuário;

IX - ao comércio apropriado para aeroporto.

Art. 40. Dispensa-se do regime de concorrência pública a utilização de áreas aeroportuárias pelos concessionários ou permissionários dos serviços aéreos públicos, para suas instalações de despacho, escritório, oficina e depósito, ou para abrigo, reparação e abastecimento de aeronaves.

§ 1º O termo de utilização será lavrado e assinado pelas partes em livro próprio, que poderá ser escriturado, mecanicamente, em folhas soltas.

§ 2º O termo de utilização para a construção de benfeitorias permanentes deverá ter prazo que permita a amortização do capital empregado.

§ 3º Na hipótese do parágrafo anterior, se a administração do aeroporto necessitar da área antes de expirado o prazo, o usuário terá direito à indenização correspondente ao capital não amortizado.

§ 4º Em qualquer hipótese, as benfeitorias ficarão incorporadas ao imóvel e, findo o prazo, serão restituídas, juntamente com as áreas, sem qualquer indenização, ressalvado o disposto no parágrafo anterior.

§ 5º Aplica-se o disposto neste artigo e respectivos parágrafos aos permissionários de serviços auxiliares.

Art. 41. O funcionamento de estabelecimentos empresariais nas áreas aeroportuárias de que trata o art. 39, IX, depende de autorização da autoridade aeronáutica, com exclusão de qualquer outra, e deverá ser ininterrupto durante as vinte e quatro horas de todos os dias, salvo determinação em contrário da administração do aeroporto.

Parágrafo único. A utilização das áreas aeroportuárias no caso deste artigo sujeita-se a licitação prévia, na forma de regulamentação baixada pelo Poder Executivo.

Art. 42. À utilização de áreas aeroportuárias não se aplica a legislação sobre locações urbanas.

Seção V

Das Zonas de Proteção

Art. 43. As propriedades vizinhas dos aeródromos e das instalações de auxílio à navegação aérea estão sujeitas a restrições especiais.

Parágrafo único. As restrições a que se refere este artigo são relativas ao uso das propriedades quanto a edificações, instalações, culturas agrícolas e objetos de natureza permanente ou temporária, e tudo mais que possa embaraçar as operações de aeronaves ou causar interferência nos sinais dos auxílios à radionavegação ou dificultar a visibilidade de auxílios visuais.

.....

TÍTULO VI

DOS SERVIÇOS AÉREOS

.....

CAPÍTULO III

SERVIÇOS AÉREOS PÚBLICOS

.....

Seção IV
Do Controle e Fiscalização dos Serviços Aéreos Públicos

.....

Art. 200. Toda empresa nacional ou estrangeira de serviço de transporte aéreo público regular obedecerá às tarifas aprovadas pela autoridade aeronáutica.

Parágrafo único. No transporte internacional não-regular, a autoridade aeronáutica poderá exigir que o preço do transporte seja submetido a sua aprovação prévia.

CAPÍTULO IV
DOS SERVIÇOS AÉREOS ESPECIALIZADOS

Art. 201. Os serviços aéreos especializados abrangem as atividades aéreas de:

- I - aerofotografia, aerofotogrametria, aerocinematografia, aerotopografia;
 - II - prospecção, exploração ou detecção de elementos do solo ou do subsolo, do mar, da plataforma submarina, da superfície das águas ou de suas profundezas;
 - III - publicidade aérea de qualquer natureza;
 - IV - fomento ou proteção da agricultura em geral;
 - V - saneamento, investigação ou experimentação técnica ou científica;
 - VI - ensino e adestramento de pessoal de vôo;
 - VII - provocação artificial de chuvas ou modificação de clima;
 - VIII - qualquer modalidade remunerada, distinta do transporte público.
-
-

COMISSÃO DE VIAÇÃO E TRANSPORTES

I - RELATÓRIO

Vem a esta Comissão o Projeto de Lei nº 2.894, de 2008, apresentado pelo Deputado Edigar Mão Branca. O intuito da iniciativa é impor limitações e proibições à exposição e veiculação de publicidade nos aeroportos e aeronaves. Para tanto, acrescenta ao Código Brasileiro de Aeronáutica - CBA os dispositivos 42-A e 200-A. O primeiro deles trata das limitações à publicidade nas áreas aeroportuárias; o segundo, da proibição de publicidade no interior das aeronaves. Para os infratores da lei, são previstas as penas de multa e suspensão contidas no Título IX do CBA.

Justificando a proposta, o autor argumenta que a publicidade excessiva hoje presente em aeroportos e aeronaves prejudica o passageiro que está em busca de informação verdadeiramente útil a seu propósito imediato: realizar uma viagem segura e tranqüila.

Não foram apresentadas emendas ao projeto.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

A respeito da matéria, gostaria de fazer as seguintes considerações:

1. Há alguns anos, presencia-se um enorme crescimento do número de passageiros e do volume de carga transportados por aeronaves, no Brasil e no mundo. Segundo especialistas, a tendência é de que esse fenômeno permaneça, no mínimo, durante os próximos dez anos. Tal cenário vem obrigando as autoridades aeroportuárias a executar obras de ampliação e de modernização de aeroportos, assim como a planejar novas intervenções em horizontes de curto e médio prazos.

De acordo com a Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC, serão necessários quase sete bilhões de reais, até 2010, para que a rede de aeroportos administrada pela INFRAERO suporte adequadamente o crescimento da demanda por transporte aéreo no país. Todavia, os prognósticos acerca da disponibilidade de recursos apontam que eles não serão suficientes. A previsão de arrecadação de recursos pela própria INFRAERO, no período, não vai além de três bilhões de reais; no Programa de Aceleração do Crescimento – PAC, prevê-se a destinação de outros dois bilhões de reais para o setor.

Em face desse contexto, tendo a considerar bastante preocupante qualquer medida que vise a limitar a capacidade de autofinanciamento da INFRAERO, empresa que administra os principais aeroportos brasileiros. Em particular, é preciso pôr em evidência que recursos amealhados por intermédio da comercialização de espaços publicitários no interior e no exterior de terminais aeroportuários têm adquirido importância capital para a constituição de fundos de investimentos nos aeroportos, ou mesmo para dar conta de despesas correntes da administração dos aeródromos. Nesse aspecto, infelizmente, a INFRAERO ainda apresenta resultados insatisfatórios, comparando-os aos de administrações

aeroportuárias norte-americanas, asiáticas e européias, as quais vêm primando pela exploração comercial das áreas-terminais.

2. Habitualmente, em todo o mundo, são as próprias administrações aeroportuárias que definem o plano de exploração comercial de espaços para publicidade nos aeroportos, e o executam mediante a concessão remunerada desses espaços a empresas especializadas. Não tenho conhecimento de leis que regulem essa matéria, no exterior.

No Brasil, também, são as administrações aeroportuárias que definem os locais e os tipos de publicidade cabíveis nos aeroportos. Desde de que tenham natureza pública, como no caso da INFRAERO, são obrigadas a comercializar os espaços publicitários recorrendo ao expediente legal da licitação, antecedida por edital público. Não se exige, contudo, que se submetam a regras exaradas por instâncias superiores, relativas ao tema publicidade. Todavia, em tese, considerando suas atribuições legais, a ANAC pode expedir regras específicas que considere indispensáveis para o bom ordenamento da publicidade nos aeroportos, se lhe forem apresentados indícios de que as práticas hoje adotadas comprometem o trânsito de passageiros e de funcionários ou a correta disseminação da informação. Não creio, de qualquer forma, que tal regulamentação, ainda que viesse a existir, assumisse feições tão severas como as propostas por S.Ex^a.

3. A Instrução de Aviação Civil – IAC nº 2203, de 16 de março de 1999, que expede normas sobre INFORMAÇÕES AOS USUÁRIOS DO TRANSPORTE AÉREO, exige de todos os integrantes do Sistema de Aviação Civil – empresas aéreas, administrações aeroportuárias e órgãos de proteção ao voo – que forneçam as informações necessárias aos usuários do transporte aéreo da maneira mais precisa e expedida possível. Creio que sobre o cumprimento das obrigações ali previstas deveriam se concentrar as preocupações do autor, dadas as evidências de que o sistema de informações nos aeroportos brasileiros ainda não está funcionando a contento, conforme relatos apresentados nas Comissões Parlamentares de Inquérito que estiveram em atividade em 2007, tanto na Câmara dos Deputados como no Senado Federal.

4. Em termos gerais, acredito que leis devam se ocupar de temas em relação aos quais a capacidade de auto-regulação de pessoas e

instituições se mostre insuficiente, em vista da desejada harmonia social. Não me parece que, no caso, as administrações aeroportuárias sejam incapazes de fixar parâmetros razoáveis para eventuais políticas de exploração de publicidade nos aeroportos. Problemas específicos, imagino, podem ser solucionados por intermédio de reclamações, recursos administrativos ou mesmo recursos judiciais que comprovem estar havendo prejuízo à informação dos consumidores de serviços aéreos, em virtude de excesso ou inadequação de publicidade em locais específicos.

Feitas essas ponderações, e ressaltando a nobre intenção do autor, sinto-me obrigado a votar pela rejeição do projeto de Lei nº 2.894, de 2008.

Sala da Comissão, em 28 de maio de 2008.

Deputado OLAVO CALHEIROS

Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Viação e Transportes, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou unanimemente o Projeto de Lei nº 2.894/08, nos termos do parecer do relator, Deputado Olavo Calheiros.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Carlos Alberto Leréia - Presidente, Carlos Santana, Carlos Zarattini, Chico da Princesa, Cláudio Diaz, Davi Alves Silva Júnior, Devanir Ribeiro, Eliseu Padilha, Gladson Cameli, Hugo Leal, Ilderlei Cordeiro, Jackson Barreto, Lael Varella, Mauro Lopes, Nelson Bornier, Ricardo Barros, Tadeu Filippelli, Vanderlei Macris, Wellington Roberto, Claudio Cajado, Décio Lima, Fernando Chucre, Geraldo Thadeu, Gonzaga Patriota, Moises Avelino e Pedro Chaves.

Sala da Comissão, em 2 de julho de 2008.

Deputado CARLOS ALBERTO LERÉIA

Presidente

FIM DO DOCUMENTO
