



**Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária**

# NORMA DA INFRAERO

ASSUNTO

**DIRETRIZES E PROCEDIMENTOS PARA CONCESSÃO COMERCIAL E UTILIZAÇÃO DE ÁREAS PARA EXPLORAÇÃO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA NOS AEROPORTOS SOB JURISDIÇÃO DA INFRAERO**

RESPONSÁVEL

**DIRETORIA COMERCIAL (DC)  
SUPERINTENDÊNCIA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES (DCRC)**

CÓDIGO DE CONTROLE

**NI - 13.06 (COM)**

DATA DA APROVAÇÃO

**29/ABR/2002**

DATA DA EFETIVAÇÃO

**30/ABR/2002**

ANEXOS

-

APLICAÇÃO

**GERAL**

CONTROLE E DIVULGAÇÃO

**SUPERINTENDÊNCIA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO (PRPG)**

ASSINATURA DO SUPERINTENDENTE

ASSINATURA DO PRESIDENTE OU DIRETOR

INFRAERO	COD. CONTROLE	DATA EFETIV.	PÁGINA
NORMA DA INFRAERO	NI - 13.06 (COM)	30/ABR/2002	1

## I - FINALIDADE

- 1 - A presente Norma da INFRAERO tem por finalidade estabelecer diretrizes e procedimentos, quanto à concessão e utilização de áreas para exploração publicitária e de propaganda em aeroportos sob jurisdição da INFRAERO.

## II - DO FUNDAMENTO LEGAL

- 2 - Os procedimentos, ora estabelecidos, estão fundamentados, na Lei 8.078 de 11/09/1990, que dispõe sobre a Proteção do Consumidor e dá outras Providências, Regulamento de Licitações e Contratos da INFRAERO - RLCI, publicado no D.O.U., de 04 de agosto de 1998, Seção 1, páginas 44 a 53, em Leis complementares municipais, nas Portarias Nºs 1.141/GM5, de 08/12/1987, e 774/GM2, de 13/11/1997, do Comando da Aeronáutica e na NI - 13.03 (COM), em vigor.

## III - DOS PROCEDIMENTOS

- 3 - As concessões de uso de áreas destinadas à veiculação publicitária serão, no âmbito de todas as dependências da INFRAERO, necessariamente precedidas de licitações, ressalvadas as exceções previstas na NI - 13.03 (COM), em vigor.

## IV - DAS DEFINIÇÕES

- 4 - Para os fins desta Norma, considera-se:

- a) os elementos que equipam os espaços públicos dos aeroportos são considerados o conjunto formado pelo mobiliário urbano e os elementos das redes de infra-estrutura aparentes nos sítios aeroportuários:
  1. os elementos conceituados como mobiliário aeroportuário estão classificados de básicos, complementares, acessórios e especiais,
  2. paisagem aeroportuária - é o espaço público resultante da contínua interação entre os elementos naturais, edificados ou criados pelo próprio homem, numa constante relação de escala, forma, função e movimento,
  3. áreas de interesse visual - são os espaços públicos ou restritos e demais bens de interesse paisagístico, inclusive de valor sócio-cultural ou turístico, patrimônios históricos, arquitetônicos ou ambiental, legalmente definidos ou de consagração popular,

RUBRICA DO SUPERINTENDENTE

INFRAERO	COD. CONTROLE	DATA EFETIV.	PÁGINA
NORMA DA INFRAERO	NI - 13.06 (COM)	30/ABR/2002	2

4. mobiliário aeroportuário - são considerados todos os elementos integrantes do espaço aeroportuário, cujas dimensões são compatíveis com a possibilidade de remoção ou realocização e que sejam complementares às funções urbanas, estejam localizados em espaços públicos ou distribuídos na área de influência restrita, classificando-se em:
  - 4.1. básicos: caracteriza-se por assegurar ao espaço público as condições essenciais de segurança, comunicação, informações fundamentais, circulação de pedestre, possuindo prioridade de localização no espaço público aeroportuário,
  - 4.2. complementares: são todos os elementos que complementam os espaços públicos aeroportuários com qualidade e que são de localização flexível, adaptáveis aos condicionamentos paisagísticos e ambientais e aos elementos básicos,
  - 4.3. acessórios: são considerados os elementos não fundamentais, cuja inserção no espaço público aeroportuário não poderá causar saturação, perda da qualidade e comprometimento da paisagem urbana aeroportuária,
  - 4.4. especiais: são considerados todos os elementos que dependem de estudos especiais e projetos específicos para sua implantação, visando seu desempenho funcional e paisagístico.
- b) publicidade: entende-se o conjunto de atividades, nas áreas internas e externas dos edifícios aeroportuários, voltadas a promover uma empresa ou seus produtos e serviços;
- c) propaganda: entende-se como o conjunto de atividades de característica impessoal, localizadas nas áreas internas e externas dos edifícios aeroportuários, estabelecida em um nível predeterminado, visando um público específico, dentro de um determinado período de tempo;
- d) ponto publicitário: entende-se como o espaço destinado a receber veículo de divulgação;
- e) são considerados como Veículo de Divulgação, qualquer elemento de comunicação visual ou audiovisual utilizado para transmitir anúncios ao público, tais como:
  1. adesivo: lâmina impressa feita sobre um suporte adesivo e recortado, podendo ser fixado em elementos verticais, horizontais ou mesmo diretamente no piso,
  2. “back lights”: painel retro iluminado, confeccionado em material apropriado, destinado à veiculação de anúncios, mensagem ou imagem, com área inferior ou igual a vinte e sete metros quadrados, fixados em paredes, pilares ou esquadrias, instalados em ambientes internos ou externos aos terminais de passageiros,
  3. “banner”: confeccionado em material apropriado, em geral de lona vinil, destinado à veiculação de anúncios cuja fixação se dá em estruturas aéreas ou mesmo em paredes e pilares. Tem como característica básica o apoio a campanhas de curta duração,

RUBRICA DO SUPERINTENDENTE

INFRAERO	COD. CONTROLE	DATA EFETIV.	PÁGINA
NORMA DA INFRAERO	NI - 13.06 (COM)	30/ABR/2002	3

4. biombo: confeccionado em material apropriado, constituído de três ou mais partes que cumpre função de “display” articulado,
5. “blimp”: elemento inflável hermético, contendo anúncios, imagens ou mensagens, normalmente alimentado por gás. Montado em ambientes fechados ou abertos,
6. brinde: instrumento utilizado para reforço promocional de vendas ou campanhas institucionais,
7. carro mídia: veículo automotivo onde se estampa e veicula publicidade ou propaganda,
8. cartaz: é uma peça com impressão em apenas um dos lados, em formato padronizado,
9. circuito interno de televisão: é o conjunto de equipamentos (áudio e vídeo) que possibilitam a veiculação de programas, informações ou propagandas, destinado a atingir um público determinado,
10. “displays”: dispositivo para veiculação de anúncios ou informações através de palavras, números, gráficos e imagens,
11. empena cega: são paredes laterais ou cabeceira de um edifício,
12. faixas: tipo de material não rígido destinado à pintura de anúncios, geralmente colocadas nas vias de acessos ou em fachadas dos edifícios,
13. “folders”: impresso constituído de uma única folha impressa contendo uma ou mais dobras,
14. folheto: pequeno livro impresso destinado a promover ou informar acerca de um produto ou serviço,
15. folhinha: impresso que contém o calendário anual, geralmente constituído de várias folhas,
16. letreiro: luminoso ou iluminado, colocado em fachadas ou fixado sobre estrutura própria, junto ao estabelecimento ao qual se refere, contendo, além do nome, marca ou logotipo o tipo de serviço prestado, endereço e telefone,
17. mensagem: é conteúdo visual ou impresso destinado a expressar alguma informação,
18. painel luminoso ou iluminado (“outdoor ou front ligh”): peças iluminadas frontalmente, confeccionadas em materiais apropriados, destinadas à veiculação de anúncios, com área de até vinte e sete metros quadrados, formato padrão internacional de nove metros de largura por três de altura, ou em dimensões especiais, fixados em estrutura própria e instalados em ambientes externos aos terminais de passageiros,
19. peça publicitária: todo e qualquer elemento que faz parte de uma campanha de divulgação,

RUBRICA DO SUPERINTENDENTE

INFRAERO	COD. CONTROLE	DATA EFETIV.	PÁGINA
NORMA DA INFRAERO	NI - 13.06 (COM)	30/ABR/2002	4

20. película transparente adesiva: tipo de material plástico autocolante que contém mensagens promocionais ou informações, fixadas em pisos ou em vidros, com no mínimo 40% de transparência,
  21. pintura mural: são pinturas executadas sobre muros, fachadas e empenas de edificações com área máxima de vinte e sete metros quadrados,
  22. pintura artística: são pinturas fixadas nas empenas cegas de edificações, devendo ser removíveis,
  23. placa: confeccionada em material apropriado e destinada à pintura de anúncios com área inferior a vinte e sete metros quadrados, iluminada ou não,
  24. “pôster”: cartaz de ponto de venda, cujas imagens ou textos são impressos em papel ou papelão e são fixados em superfícies verticais,
  25. tabuleta: confeccionada em material apropriado e destinada à fixação de cartazes de papéis substituíveis (“outdoors” e similares),
  26. tapume: é uma peça destinada a vedação provisória de um terreno ou obra, geralmente executado em madeira ou chapas metálicas,
  27. testeira: peça horizontal, geralmente aplicada em viga de concreto,
  28. totem: peça vertical, cuja sustentação é sua própria base, em geral é destinado a apoiar campanhas de curta duração.
- f) anúncio: é qualquer mensagem executada em um veículo de divulgação, presente na paisagem urbana aeroportuária, cuja finalidade seja a de promover, orientar, indicar transmitir mensagens relativas a estabelecimentos comerciais e industriais, ou profissionais técnico especializados, produtos de qualquer espécie, serviços, idéias, pessoas ou coisas, classificando-se em:
1. anúncio indicativo: indica ou identifica estabelecimentos, propriedades e serviços,
  2. anúncio institucional: transmite informações do poder público, organismos culturais, entidades representativas da sociedade civil, entidades beneficentes ou similares, sem finalidade comercial,
  3. anúncio misto: transmite mais de um dos tipos anteriormente definidos,
  4. anúncio orientador: transmite mensagens de orientação, tais como de tráfego ou de alerta,
  5. anúncio promocional: promove, empresas, marcas, produtos, serviços, pessoas, idéias ou coisas.

RUBRICA DO SUPERINTENDENTE

INFRAERO	COD. CONTROLE	DATA EFETIV.	PÁGINA
NORMA DA INFRAERO	NI - 13.06 (COM)	30/ABR/2002	5

## V - DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

5 - A INFRAERO, disciplinará o uso das áreas, dos equipamentos e veículos publicitários, de acordo com sua conveniência e necessidade, atendendo aos seguintes objetivos:

5.1 - Ordenar a exploração e a utilização de espaços e veículos de divulgação instalados ou a serem instalados em áreas dos aeroportos sob sua jurisdição.

5.2 - Elaborar e implantar critérios para a instalação de veículos divulgadores em áreas dos aeroportos, objetivando:

- a) permitir a percepção e a perfeita compreensão da infra-estrutura aeroportuária, a identificação e a preservação dos aspectos operacionais e dos marcos referenciais dos aeroportos;
- b) proporcionar a toda comunidade aeroportuária, conforto visual e apoio em seus deslocamentos pelos sítios aeroportuários;
- c) estabelecer o equilíbrio entre o direito de uma atividade econômica ou de um indivíduo de identificar-se ou veicular a sua mensagem e o direito em se proteger contra possíveis prejuízos daí resultantes, tais como condições potenciais de risco físico ou desarmonia resultante da proliferação desordenada de veículos de divulgação.

## VI - OS ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS

6 - A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor imediatamente a identifique com facilidade.

6.1 - O anunciante, na publicidade de seus produtos ou serviços manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados os dados técnicos que dão sustentação à mensagem veiculada.

6.2 - É considerada enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário inteira e parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedade, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

6.3 - É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, que incite à violência, explore o medo ou superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa.

RUBRICA DO SUPERINTENDENTE

INFRAERO	COD. CONTROLE	DATA EFETIV.	PÁGINA
NORMA DA INFRAERO	NI - 13.06 (COM)	30/ABR/2002	6

## VII - ELABORAÇÃO DOS PLANOS GERAIS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

7 - Na elaboração dos planos gerais de publicidade e propaganda (PGPP) deverão ser consideradas as disposições preliminares estabelecidas nas alíneas *a*, *b* e *c* do item 5.2 desta Norma e as exigências a seguir relacionadas:

- a) os planos gerais de publicidade e propaganda deverão fazer parte do projeto arquitetônico do Aeroporto e elaborados por profissionais de capacidade técnica comprovada;
- b) quando o plano geral de publicidade não fizer parte do projeto arquitetônico do Aeroporto será elaborado organicamente pela Gerência de Desenvolvimento Mercadológico (RCDM) com a participação das áreas de Engenharia e Operações e avaliado pela Superintendência de Relacionamento com Clientes (DCRC);
- c) identificar espaços estratégicos, específicos, de forte apelo visual ou outros que apresentem potencial comercial, em áreas externas e internas do terminal de passageiros, atentando sempre para que os veículos de divulgação não conflitem com as diversas sinalizações operacionais, comunicação visual ou com outros elementos que tenham prioridade sobre a publicidade;
- d) determinar as dimensões ideais para os veículos de divulgação, buscando sempre a padronização das dimensões e das formas. Discriminar os materiais construtivos de cada veículo e altura ideal de fixação de forma a permitir a maior visibilidade possível;
- e) dispor os pontos publicitários e os veículos divulgadores de tal forma que um não obstrua a visibilidade do outro;
- f) o espaçamento entre os painéis a serem instalados nas vias de acesso ao terminal de passageiros, terá relação 1:1,5 com a velocidade máxima permitida na via, assim sendo, em uma via onde a velocidade máxima permitida é de 40km/hora, o espaçamento mínimo entre painéis será de 60 metros, salvo casos especiais;
- g) avaliar a infra-estrutura, pontos de energia e de telemática e outros aqui não identificados, existente ou projetada para cada ambiente, de forma a atender às necessidades de cada ponto publicitário;
- h) especificar componentes elétricos para os veículos divulgadores, que comprovadamente sejam de baixo consumo de energia elétrica, ou seja, de alta eficiência energética;
- i) adequar os anúncios aos ambientes, considerando que cada ambiente sugere uma necessidade e uma oportunidade, devendo a programação, anúncio ambiente, apoiar ao máximo os usuários e suas necessidades em todo seu trajeto pelas dependências do aeroporto;

RUBRICA DO SUPERINTENDENTE

INFRAERO	COD. CONTROLE	DATA EFETIV.	PÁGINA
NORMA DA INFRAERO	NI - 13.06 (COM)	30/ABR/2002	7

- j) adotar, sempre que possível o conceito aeroporto revista, em que beleza, riquezas naturais e a cultura do povo da região na qual o aeroporto está inserido, faça parte da programação visual das peças publicitárias, disponibilizando um pequeno espaço no canto inferior esquerdo da peça para assinatura do patrocinador;
  - k) primar sempre pela distribuição coerente e equilibrada dos veículos de divulgação como forma de valorização dos espaços e preservação da informação;
  - l) adotar materiais, cores, formas, dimensões e acabamentos que integrem o ambiente arquitetônico do Aeroporto no qual a peça está inserida, primando sempre pela ética e a estética.
- 7.1 - Todas as etapas do plano geral de publicidade e propaganda, PGPP, deverão ser submetidas à análise e aprovação das Superintendências Regionais e validado pela Superintendência de Relacionamento com Clientes (DCRC).
- 7.2 - Sempre que o autor do projeto arquitetônico não participar da elaboração do plano geral de publicidade e propaganda, deverá ser informado ou mesmo consultado, a critério da INFRAERO, tendo em vista o impacto visual resultante desta atividade nas edificações de sua autoria.

## VIII - CONSIDERAÇÕES GERAIS

- 8 - A utilização dos espaços destinados à exploração comercial através de veículos de divulgação presentes ou que venham a se instalar nas áreas dos sítios aeroportuários administrados pela INFRAERO, só poderá ser feita mediante autorização prévia.
- 8.1 - A INFRAERO considerará para efeito de análise dos pedidos de autorização para implantação de veículos de divulgação os elementos significativos, morros, lagos, vegetação, parques e as áreas funcionais de interesse cultural e paisagístico, os monumentos públicos, as obras de arte, os prédios constantes da paisagem aeroportuária.
- 8.2 - O assentamento físico dos veículos de divulgação nas áreas dos sítios aeroportuários só será permitido nas seguintes condições:
- a) quando atender a todos os requisitos desta Norma;
  - b) quando houver anúncio institucional;
  - c) quando houver anúncio orientador;
  - d) quando prestarem serviços de interesse público ou de utilidade pública;
  - e) quando voltados para promoção de produtos e serviços.

RUBRICA DO SUPERINTENDENTE



INFRAERO	COD. CONTROLE	DATA EFETIV.	PÁGINA
NORMA DA INFRAERO	NI - 13.06 (COM)	30/ABR/2002	8

8.3 - No disciplinamento do uso do mobiliário aeroportuário, caberá à INFRAERO:

- a) orientar a elaboração dos planos gerais de publicidade e propaganda (PGPP) e programas pertinentes à proteção da paisagem aeroportuária, face à inserção de veículos de divulgação;
- b) coordenar a revisão dos critérios e normas de regulamentação do uso do espaço visual dos aeroportos;
- c) fiscalizar e definir formas para viabilizar ações no sentido de corrigir distorções constatadas, propondo a colaboração das partes diretamente atingidas;
- d) determinar estudos para padronização, localização e reposição dos veículos de divulgação, respeitadas as especificações previamente estabelecidas por ocasião do contrato respectivo;
- e) proceder licitações para utilização dos espaços disponíveis para veículos de divulgação;
- f) promover propostas e estudos para o aprimoramento desta Norma.

## IX - DOS VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO

9 - A exploração comercial de empena cega de edifícios e muros de qualquer tipo só será permitida com o seu tratamento sob forma de pintura de mural artístico visando à composição da paisagem na qual estiver inserida, com o máximo de dez por cento do espaço destinado a publicidade e assinaturas:

- a) todo e qualquer mural deverá ser concebido por artista de capacidade técnica comprovada;
- b) os veículos de divulgação devem ser compatíveis ou compatibilizados com o visual ambiental do espaço físico onde se situem de modo a não criar condições adversas que decorram em prejuízo de ordem ambiental;
- c) a INFRAERO através da Gerência de Desenvolvimento Mercadológico (RCDM) deverá identificar e propor critérios e requisitos específicos para áreas de interesse visual, em face de elementos construídos ou a construir;
- d) a INFRAERO poderá solicitar a remoção quando for de seu interesse ou de interesse público o remanejamento ou a extinção de todo e qualquer veículo publicitário instalados em áreas sob sua administração.

RUBRICA DO SUPERINTENDENTE

INFRAERO	COD. CONTROLE	DATA EFETIV.	PÁGINA
NORMA DA INFRAERO	NI - 13.06 (COM)	22/OUT/2007	9/A

## X - DAS AUTORIZAÇÕES

10 - As condições gerais para concessão, deverão considerar as disposições da NI - 13.03 (COM), em vigor, e as exigências previstas nos itens 10.1 e 10.2 desta Norma.

10.1 - Nenhum anúncio ou veículo poderá ser exposto ao público ou mudado de local sem prévia autorização da INFRAERO.

10.2 - Os layouts das peças publicitárias serão previamente analisados e aprovados pela INFRAERO, que os analisará pelos critérios de interferência na operacionalidade do aeroporto e legislação vigente para cada caso, sendo instituídos com os seguintes elementos:

- a) descrição pormenorizada dos materiais que o compõem, formas de fixação e sustentação, sistemas de iluminação, cores a serem empregadas e demais elementos pertinentes que se fizerem necessários a uma boa compreensão;
- b) para fornecimento da autorização, a INFRAERO, quando julgar necessário, reserva-se o direito de solicitar o termo de responsabilidade assinado pela empresa responsável ou anotação de responsabilidade técnica (ART), emitida pelo Conselho Regional de Engenharia e Arquitetura e Agronomia (CREA);
- c) a INFRAERO, reserva-se o direito de solicitar a apresentação do seguro de responsabilidade civil, sempre que o veículo apresente estrutura que, por qualquer forma, possa apresentar riscos à segurança do público;
- d) se após a autorização para instalação, verificar que o veículo autorizado apresenta irregularidade, a empresa autorizada será obrigada a corrigi-lo no prazo máximo de quarenta e oito horas, sob pena da perda da autorização e demais sanções previstas em contrato.

## XI - DA DISTRIBUIÇÃO DE FOLHETOS E USO

11 - A veiculação de propagandas, através de distribuição de prospectos, folhetos, “folders” e outros impressos, será autorizada por um período determinado em locais preestabelecidos.

11.1 - É vedada a participação de menores de quatorze anos na distribuição de tipo de material promocional nas dependências dos aeroportos administrados pela INFRAERO.

RUBRICA DO SUPERINTENDENTE

INFRAERO	COD. CONTROLE	DATA EFETIV.	PÁGINA
NORMA DA INFRAERO	NI - 13.06 (COM)	22/OUT/2007	10/A

## XII - DAS RESTRIÇÕES E PROIBIÇÕES

- 12 - O veículo de divulgação não poderá em hipótese alguma ser instalado, quando receber pinturas refletivas, nas coberturas dos terminais de passageiros e das edificações que se localizam nas proximidades da pista de pouso e decolagem dos aeroportos.
- 12.1 - O veículo de divulgação não poderá em hipótese alguma, obstruir vãos de iluminação e ventilação ou alterar de forma significativa as linhas arquitetônicas das edificações.
- 12.2 - O veículo de divulgação não poderá em hipótese alguma, obstruir a visão de dispositivos de segurança do trânsito de veículos e pedestres.
- 12.4 - É vedada a implantação de veículos de divulgação nas áreas do cone de aproximação que tenha altura superior a cota definida como de segurança à aproximação de aeronaves.
- 12.5 - As publicidades de produtos derivados do fumo ficarão restritas aos pontos de venda, de acordo com a legislação específica, sendo vedada sua veiculação em qualquer outra área do Aeroporto.
- 12.6 - As publicidades relativas a bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias, defensivos agrícolas e outras regidas por legislação específica ficarão restritas ao efetivo cumprimento dos dispositivos legais pertinentes.
- 12.7 - Fica proibido todo e qualquer evento cultural e esportivo, nas áreas administradas pela INFRAERO, que sejam patrocinadas por fabricantes de cigarro e de bebidas alcóolicas.
- 12.8 - Será facultada aos cinemas ou salas de múltiplo-uso a colocação de programas e cartazes artísticos na parte externa, desde que em lugar próprio e estabelecido em comum acordo com a INFRAERO.
- 12.9 - Não será permitido, a um único anunciante, ocupar mais que dez por cento do total de veículos divulgadores existentes nas áreas internas ao terminal de passageiros classificados como médios e grandes, não se aplicando aos aeroportos classificados como pequenos.
- 12.10 - Não será permitida a interrupção do exercício das atividades na área por mais de 10 dias, sob pena de rescisão contratual, salvo por motivo de força maior ou caso fortuito reconhecido pela concedente ou quando autorizado por esta.
- 12.11 - Todo veículo de divulgação deverá ser identificado com o nome da empresa publicitária e o número do processo que originou a autorização.
- 12.12 - Os tapumes de obras poderão veicular anúncios, desde que sejam submetidos a uma avaliação prévia das Superintendências de Comercialização e de Engenharia.
- 12.13 - Fica proibida a participação de crianças e adolescentes, dentro dos ambientes administrados pela INFRAERO, em campanhas promocionais de produtos ou serviços que sugiram consumo ilegal.

RUBRICA DO SUPERINTENDENTE

INFRAERO	COD. CONTROLE	DATA EFETIV.	PÁGINA
NORMA DA INFRAERO	NI - 13.06 (COM)	30/ABR/2002	11

### XIII - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

13 - Esta Norma da INFRAERO entra em vigor na data de sua efetivação e revoga quaisquer disposições em contrário.

RUBRICA DO SUPERINTENDENTE