



# PREFEITURA MUNICIPAL DE LOUVEIRA 0140

ESTADO DE SÃO PAULO



## PORTARIA Nº 139/99

**BENEDICTO DOS SANTOS NETTO, PREFEITO MUNICIPAL DE LOUVEIRA, ESTADO DE SÃO PAULO, USANDO DAS ATRIBUIÇÕES QUE LHE SÃO CONFERIDAS POR LEI:**

### RESOLVE:

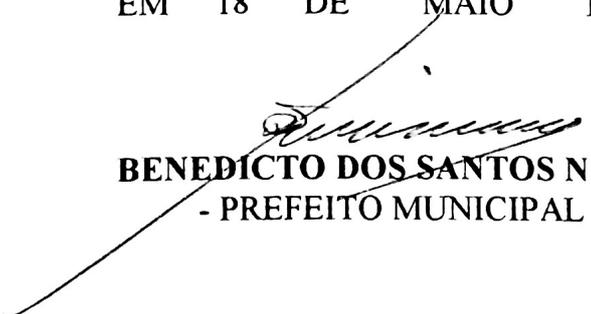
**I - Proibir, terminantemente fumar,** nas dependências do Paço Municipal, tal como escritórios, sanitários, corredores, etc., em conformidade com a Lei Federal nº 9.294 de 15 de julho de 1.996, artigo 2º.

**II - Aplicam-se aos infratores desta Portaria as seguintes sanções:**

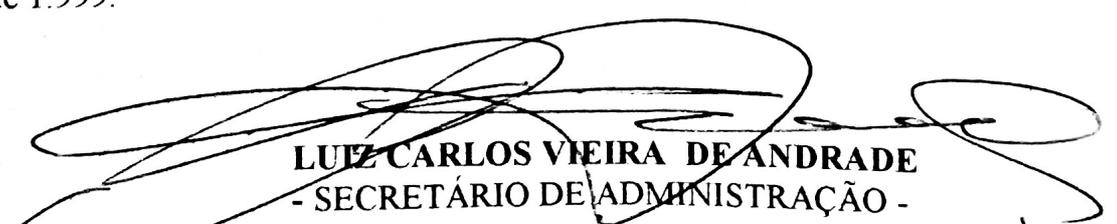
- a) advertência;
- b) repreensão;
- c) suspensão.

**III - Esta Portaria entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.**

**PREFEITURA MUNICIPAL DE LOUVEIRA**  
EM 18 DE MAIO DE 1.999.

  
**BENEDICTO DOS SANTOS NETTO**  
- PREFEITO MUNICIPAL -

Publicada e registrada na Secretaria de Administração em de 18 de maio de 1.999.

  
**LUIZ CARLOS VIEIRA DE ANDRADE**  
- SECRETÁRIO DE ADMINISTRAÇÃO -



revisados os critérios utilizados para sua depreciação, amortização ou exaustão, e verificada a necessidade de constituição de provisão para desvalorização, nos casos de estoques de longa maturação, ou de provisão para perdas permanentes, quando comprovado que os ativos financiados não poderão produzir resultados suficientes para a recuperação do seu valor;

V – Aplica-se às companhias abertas concessionárias de serviços públicos o disposto nos itens anteriores, relativamente aos juros computados sobre o capital próprio que esteja financiando ativos imobilizados em construção;

VI – O disposto nesta Deliberação não se aplica aos estoques que sejam rotineiramente produzidos em grande escala e de forma contínua;

VII – Efeitos relevantes decorrentes da aplicação do disposto nesta Deliberação deverão ser divulgados na forma prevista na Instrução CVM nº 31, de 8 de fevereiro de 1984;

VIII – Para fins exclusivos de comparabilidade dos efeitos relevantes sobre os saldos das contas afetadas por esta Deliberação, relativos ao exercício anterior, deverão ser divulgados em nota explicativa às demonstrações financeiras em curso;

IX – Esta Deliberação entrará em vigor na data da sua publicação no Diário Oficial da União, com efeitos retroativos ao início do exercício social em curso, inclusive sobre os respectivos saldos atualmente registrados no ativo diferido, revogadas as disposições em contrário. (Francisco Augusto da Costa e Silva)

## Esclarecimento

A Instrução 31 CVM, de 8-2-84 (LC/84, p. 060), estabelece normas sobre a divulgação e uso de informações sobre ato ou fato relevante relativo às companhias abertas. ■

### LEI 9.294, DE 15-7-96 (DO-U DE 16-7-96)

**EMENTA** – Estabelece restrições ao uso e à propaganda de cigarros, cigarrilhas, charutos e cachimbo, bem como de bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas.

#### O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º – O uso e a propaganda de produtos fumíferos, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas por esta Lei, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

Parágrafo único – Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

Art. 2º – É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumífero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

§ 1º – Incluem-se nas disposições deste artigo as repartições públicas, os hospitais e postos de saúde, as salas de aula, as bibliotecas, os recintos de trabalho coletivo e as salas de teatro e cinema.

§ 2º – É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos refe-

ridos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.

Art. 3º – A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1º – A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes princípios:

I – não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II – não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III – não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

IV – não associar o uso do produto à prática de esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;

V – não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

VI – não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a elas dirigir-se.

§ 2º – A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":

I – fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;

II – fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;

III – fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;

IV – quem fuma adocece mais de úlcera do estômago;

V – evite fumar na presença de crianças;

VI – fumar provoca diversos males à sua saúde.

§ 3º – As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que tenham difusão ou propaganda dos produtos referidos no art. 2º conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.

§ 4º – Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

§ 5º – Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensivamente.

Art. 4º – Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1º – A propaganda de que trata este artigo não poderá associar o produto ao esporte olímpico ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2º – Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos "Evite o Consumo Excessivo de Alcool".

Art. 5º – As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts. 2º e 4º para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, poderão ser feitas em qualquer horário, desde que identificadas apenas com a marca ou slogan do produto, sem recomendação do seu consumo.

§ 1º – As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2º – Nas condições do *caput*, as chamadas e caracterização de patrocínio dos produtos estarão liberadas da exigência do § 2º do art. 3º desta Lei.

Art. 6º – É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

Art. 7º – A propaganda de medicamentos e terapia de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1º – Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2º – A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3º – Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1º deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4º – Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado.

Art. 8º – A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

Art. 9º – Aplicam-se aos infratores desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor, as seguintes sanções:

I – advertência;

II – suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

III – obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

IV – apreensão do produto;

V – multa de R\$ 1.410,00 (um mil quatrocentos e dez reais) a R\$ 7.250,00 (sete mil duzentos e cinquenta reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.

§ 1º – As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidades do infrator.

§ 2º – Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

§ 3º – Consideram-se infratores, para efeito deste artigo, os responsáveis pelo produto, pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.

Art. 10 – O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

Art. 11 – Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12 – Revogam-se as disposições em contrário. (Fernando Henrique Cardoso; Nelson A. Jobim; Arlindo Porto; Adib Jatene)

## Esclarecimento

O § 4º do artigo 220 da Constituição Federal, de 5-10-88 (LC/88 – Separata), estabelece que a propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, impostas por lei federal, e conterà, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso. ■

## EXERCÍCIO DA PROFISSÃO DE LEILOEIRO SOMENTE COM MATRÍCULA NA JUNTA COMERCIAL

A Instrução Normativa 61 DNRC, de 12-7-96, publicada na página 3156, do DO-U, Seção 1, de 17-7-96, regulamenta a matrícula de leiloeiro e seu cancelamento.

De acordo com o referido ato, a profissão de leiloeiro será exercida mediante matrícula concedida pela Junta Comercial. O leiloeiro exercerá as suas atribuições em todo o território da unidade federativa de jurisdição da Junta Comercial que o matriculou.

A concessão da matrícula, a requerimento do interessado, dependerá exclusivamente da comprovação dos seguintes requisitos:

- a) idade mínima de 25 anos completos;
- b) ser cidadão brasileiro;
- c) encontrar-se no pleno exercício dos seus direitos civis e políticos;
- d) estar reabilitado, se falido, caso a falência não tenha sido culposa ou fraudulenta;
- e) não estar condenado por crime, cuja pena vede o exercício da atividade mercantil;

## LEGISLAÇÃO COMERCIAL REGISTRO DO COMÉRCIO Leiloeiro

f) não exercer o comércio direta ou indiretamente, no seu ou alheio nome, e não participar de sociedade de qualquer espécie;

g) não ter sido anteriormente destituído da profissão de leiloeiro;

h) ser domiciliado, há mais de 5 anos, na unidade federativa onde pretenda exercer a profissão; e

i) ter idoneidade, mediante apresentação de identidade e certidões negativas da Justiça Federal e comum nos foros cível e criminal, correspondentes ao distrito em que o candidato tiver o seu domicílio, relativas ao último quinquênio.

O atendimento ao disposto nas letras "c" e "h" poderá ser feito mediante apresentação de declaração firmada pelo interessado, sob as penas da lei.

O cancelamento da matrícula do leiloeiro será instruído com os livros que possuir, para a autenticação do termo de encerramento, a Carteira de Exercício Profissional e o recolhimento do preço devido.

O referido ato revogou a Portaria 1 DNRC, de 29-6-79 (DAF/79, p. 313, em Informação), e a Instrução Normativa 47 DNRC, de 6-3-96 (LC/96, p. 115, em Informação). ■

## MP REEDITADA NÃO TERÁ NO NOVO NÚMERO

O Decreto 1.937, de 21-6-96, publicado na página 11.137 do DO-U Seção 1, de 24-6-96, estabelece regras para a redação de atos normativos do Poder Executivo, sujeitos à aprovação do Presidente da República.

Dentre outras normas, o citado ato prevê que na reedição de medidas provisórias, serão mantidos os números

## OUTROS ASSUNTOS FEDERAIS MEDIDA PROVISÓRIA Numeração

originários a elas atribuídos, acrescidos do número correspondente à reedição, por hífen.

Somente será atribuído número novo ao primeiro texto da medida provisória em edição.

O referido ato revogou o Decreto 468, de 6-3-92 (DO-U de 9-3-92). ■