

Medo do 'imposto do pecado' gera guerra de slogans e versões

Nó tributário Próximo passo

'Imposto do pecado' gera guerra de slogans, dados e narrativas

Na regulamentação da reforma tributária, a ser votada até o dia 18, antes do recesso parlamentar, fabricantes de bebidas destiladas pedem 'dose de igualdade' com fermentadas

BIANCA LIMA BRASÍLIA

Frases de efeito, hashtags, profusão de estudos e até petição. Na regulamentação da reforma tributária, são amplos os recursos utilizados por setores e empresas para tentar escapar ou ao menos reduzir a incidência do "imposto do pecado", que será cobrado sobre produtos considerados nocivos à saúde ou ao meio ambiente.

Tecnicamente chamado de Seletivo, o tributo mira bebidas alcoólicas e açucaradas, cigar-

ro, carro, barco, aeronave, bens minerais e apostas físicas e online - esse último item acrescentado pelo grupo de trabalho da Câmara dos Deputados. Mas há debates para a inclusão de alimentos ultraprocessados, além de armas e munições.

A expectativa é de que o texto seja votado ainda nesta semana ou, no máximo, na seguinte, antes do recesso parlamentar, que começa dia 18 - o que deve acirrar os lobbies dos segmentos não atendidos no relatório apresentado pelos deputados.

Entidades contra-atacam com números, evidências em-

píricas e campanhas e alegam que se trata de oportunidade única para Congresso e governo inibir comportamentos danosos - sobretudo à saúde,

Batalha ética Produtores de destilados dizem que 'álcool é álcool'; já cervejarias ressaltam a diferença no teor alcoólico

os quais geram bilhões de reais em gastos públicos anuais. A indústria das bebidas alcoólicas é o melhor exemplo

dessa guerra de slogans, travada desde o início do ano, mas intensificada agora, com a proximidade da votação do primeiro projeto de lei complementar da reforma na Câmara.

'DOSE DE IGUALDADE'. Com a frase "Álcool é álcool", que também virou hashtag nas redes sociais, os fabricantes de destilados defendem alíquotas homogêneas do Seletivo, sem relação com o teor alcoólico. O argumento é de que as doses-padrão de cachaça, vodka, gim e uísque têm a mesma quantidade de etanol (álcool

puro) da cerveja e do vinho, por exemplo, que são bebidas fermentadas. E, por isso, pedem uma "dose de igualdade".

Além disso, argumentam que a cerveja representa 90% do consumo de álcool no País. "Pesquisa realizada na América Latina comprovou que, no Brasil, a cerveja foi a bebida mais consumida antes de acidentes", disse José Eduardo Macedo, presidente da Associação Brasileira de Bebidas Destiladas (ABBD), em audiência pública na Câmara no fim de junho.

Os produtores de cerveja se defendem: "É uma proposta bizarra falar que bebidas com 40%, 50% de teor alcoólico têm de pagar o mesmo imposto que bebidas com 4%. Isso não funciona em nenhum lugar do mundo", rebateu Márcio Maciel, presidente do Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja (Sindicerv), na mesma sessão da Câmara. ●

MINISTÉRIOS E ORGANIZAÇÃO DE SAÚDE SE CONTRAPÕEM AOS LOBBIES. PÁG. B2

Nó tributário Regulamentação

Ministérios e até organização de saúde pública se contrapõem aos lobbies

Enquanto fabricantes de bebidas e de cigarro expõem razões para não pagar mais imposto, Saúde e Fazenda defendem taxaço

BIANCA LIMA BRASÍLIA

Com os lobbies cada vez mais ativos dentro do Congresso, a Vital Strategies, uma organização global de saúde pública, também decidiu investir em mensagens de impacto aos parlamentares às vésperas da votação da regulamentação da reforma tributária. Para isso, lançou uma campanha "Quer uma dose de realidade?".

São imagens fortes de pessoas afetadas pelos danos provocados pelo consumo de bebidas sem moderação, espalhadas nas vias de acesso ao Congresso. Na legenda, há mensagens como: "O álcool é um dos maiores causadores de câncer de mama e de cólon. Parlamentar, se o álcool provoca mortes, tem de pagar mais imposto".

Pesquisa realizada pela organização aponta que a maioria

da população brasileira (61%) é favorável à cobrança de impostos para reduzir o consumo desse tipo de bebida. E praticamente o mesmo percentual (62%) concorda que uma maior tributação levaria as pessoas a efetivamente beber menos.

FUMO. A indústria do fumo também reagiu. "O setor de tabaco não suporta mais aumento de imposto", afirmou Edmilson Alves, gerente executivo da Associação Brasileira da Indústria do Fumo (Abifumo), durante sessão com os deputados. "Dizer que aumentar o preço do cigarro vai diminuir o consumo é uma inverdade. Se aumentar, vai jogar a população para consumir o cigarro do contrabando, do Paraguai, que não tem a qualidade do nosso, que é controlado pela Anvisa."

O Ministério da Fazenda, no entanto, aponta que a taxaço dos produtos fumígenos está defasada. Isso porque a alíquota específica (que terá valor fixo, em reais) seja atualizada anualmente pela inflação, como prevê o projeto enviado pela equipe econômica. Além dessa taxaço, haverá uma segunda alíquota, que será um percentual sobre o preço do produto.



Imagens da organização de saúde pública Vital Strategies, espalhadas nas vias de acesso ao Congresso



Slogan da Abracerva contra o Imposto Seletivo, o 'imposto do pecado'

da Secretaria Extraordinária da Reforma Tributária durante exposição na Câmara. Paes defende que a alíquota específica (que terá valor fixo, em reais) seja atualizada anualmente pela inflação, como prevê o projeto enviado pela equipe econômica. Além dessa taxaço, haverá uma segunda alíquota, que será um percentual sobre o preço do produto.

REFRIGERANTES. A indústria de refrigerantes investe em expressões como discriminação e contrassenso para pedir a exclusão das bebidas açucaradas da lista do Seletivo. "A proposta do governo incluiu as bebidas açucaradas como o único alimento causador de obesidade. A gente entende que isso é discriminação, porque obesidade é uma questão multifato-

rial", afirmou Victor Bicca Neto, presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas (Abir), em apresentação aos parlamentares. Ele também vê contradição no fato de o açúcar ter sido incluído na cesta básica com imposto zero. "Então, o açúcar que a gente usa em casa não faz mal à saúde, só o da bebida açucarada."

A recomendação do Ministério da Saúde, porém, vai na direção contrária: na de que os estudos demonstram a efetividade do Seletivo nas escolhas de consumo e que, por isso, é fundamental manter a sobretaxa nesse tipo de bebida.

Segundo a diretora do Departamento de Análise Epidemiológica da pasta, Leticia Cardoso, doenças crônicas não transmissíveis como obesidade, diabetes e complicações cardiovasculares matam cerca de 760 mil pessoas no País por ano. "O Seletivo é altamente efetivo na prevenção e promoção da saúde." ●

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal O Estado de S. Paulo

Seção: Economia & Negócios Caderno: B Pagina: 1 e 2