

ASPECTOS DO CONTROLE DO TABAGISMO NO BRASIL

CUNHA, Carlos Frederico de Oliveira¹; CAVALHEIRO, Everton Anger². CAPORAL, Bibiana³

Palavras-Chave: Tabagismo. Impostos indiretos. Governo.

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), existem cerca de 1,3 bilhões de fumantes no mundo e, morrem anualmente cerca de 4,9 milhões de pessoas de complicações associadas ao tabagismo. Estima-se que no século XX a epidemia de tabagismo tenha matado cerca de 100 milhões de pessoas e, no século XXI, poderá matar cerca de um bilhão caso as atuais tendências de consumo sejam mantida. O Brasil (quarto maior produtor de tabaco e primeiro exportador mundial), a cada hora, quase dez pessoas morrem em decorrência de doenças relacionadas ao fumo. São cerca de 200 mil mortes anuais. Além das enfermidades e dramas familiares, o custo do tratamento destas doenças é elevado tanto para os pacientes quanto para os governos. Este último tem adotado diversas políticas para reduzir o consumo do cigarro industrializado, proibindo as propagandas e restringindo os locais privados e públicos que podem ser consumidos. Tem utilizado, também, o combate ao mercado ilegal de cigarros e o aumento de impostos para reduzir tal consumo. O objetivo deste estudo é analisar as políticas de combate ao tabagismo por parte do governo federal tanto através das restrições das campanhas publicitárias e proibições de consumo, como o aumento de impostos. Para realizar tal análise foram utilizadas informações do Instituto Nacional do Câncer (INCA) como dados de fumantes e doenças decorrentes do cigarro industrializado, as políticas governamentais de combate ao tabagismo e a análise microeconômica relacionada ao aumento dos impostos *ad valores* e específico sobre produtos essenciais. Dentre as mais importantes ações de controle do tabagismo adotadas no Brasil nos últimos 10 anos, destaca-se a restrição das propagandas aos pontos internos de venda e a proibição de patrocínio de eventos culturais e esportivos pelas companhias de tabaco, a partir de dezembro de 2000. Outra importante ação foi a inclusão de advertências sanitárias com fotos impactantes nas embalagens de produtos de tabaco a partir de 2001. Quanto à política de aumentos de impostos o governo realizou diversos aumentos de impostos sobre o produto e anunciou recentemente novas alíquotas de IPI (Imposto sobre Produto Industrializado) para as empresas fabricantes e importadores a partir de dezembro de 2011. O preço do cigarro deve ter um aumento de 20% inicialmente e até 55% em 2015. O imposto *ad valorem* é um valor percentual aplicado ao valor da unidade vendida. Quando há aumento dos impostos sobre os bens de consumo, a empresa é atingida imediatamente, mas o consumidor final pode ficar com maior parte das despesas com estes impostos. No caso do cigarro, o consumidor acaba absorvendo praticamente todo o repasse do imposto ao preço uma vez que a dependência do produto o coloca como essencial ao consumidor (bem inelástico). Desta forma, o combate ao tabagismo via aumento dos impostos sobre o produto (específico o *ad valorem*) pouco influenciam na redução do consumo, servindo muito mais para cobrir renúncias fiscais ou excesso de gastos públicos. A melhor forma de combater a dependência ainda é divulgação e restrição direta aos meios de propaganda do consumo.

¹ Mestre em Desenvolvimento Agrícola; professor do curso de Ciências Econômicas; coordenador do Banco de Dados regional – UNICRUZ, ccunha@unicruz.edu.br

² Autor e Professor do Curso de Administração da Universidade de Cruz Alta – UNICRUZ, eacavalheiro@hotmail.com

³ Co-Autor e discente do Curso de Administração da Universidade de Cruz Alta, bibianacaporal@hotmail.com