

 Ana Rafaela da Silva Alves¹
 Camila Maranhã Paes de
Carvalho²
 Beatriz Gouveia Moura ¹
 Inês Rugani Ribeiro de Castro¹

¹ Universidade do Estado do Rio
de Janeiro , Instituto de
Nutrição. Rio de Janeiro, RJ,
Brasil.

² Universidade Federal
Fluminense , Faculdade de
Nutrição Emília de Jesus Ferreiro.
Niterói, RJ, Brasil.

O presente manuscrito é
resultado do Trabalho de
Conclusão de Curso, título
“Atividades políticas corporativas
no âmbito da tributação de
bebidas açucaradas no Brasil”,
autoria Ana Rafaela da Silva Alves
e orientação de Inês Rugani
Ribeiro de Castro e Camila
Maranhã Paes de Carvalho,
defendido em 2022 no Instituto
de Nutrição da Universidade do
Estado do Rio de Janeiro. Rio de
Janeiro, RJ, Brasil.

Correspondência
Beatriz Gouveia Moura
beatrizgouvs@gmail.com

Editora Associada
 Larissa Loures Mendes

Atividade política corporativa no âmbito da tributação de bebidas açucaradas no Brasil

Corporate political activity affecting sugary drinks taxation in Brazil

Resumo

Objetivo: Identificar e analisar a atividade política corporativa no processo decisório referente à concessão de créditos tributários para bebidas açucaradas ocorridos após a publicação do Decreto nº 9.394/2018, que alterou a tabela do imposto sobre produtos industrializados de maneira desfavorável à indústria de bebidas açucaradas. **Métodos:** Foi realizada pesquisa documental de 106 reportagens jornalísticas e duas audiências públicas ocorridas na Câmara de Deputados e no Senado Federal, relacionadas à tributação de bebidas açucaradas após a edição do Decreto nº 9.394/2018. Os documentos foram analisados à luz do referencial teórico de distopia política adaptado à indústria de alimentos. **Resultados:** Constatou-se que, no período analisado, a indústria formou alianças, praticou *lobby*, manipulou dados e ameaçou retirar investimentos. Além disso, argumentou que a medida tributária causaria prejuízos ambientais e econômicos ao país, bem como perdas financeiras para a indústria e de empregos. **Conclusão:** A indústria realizou estratégias de atividade política corporativa contempladas no referencial teórico e convergentes com o observado em países que adotaram tributos sobre bebidas açucaradas e outros alimentos não saudáveis.

Palavras-chave: Bebidas adoçadas com açúcar. Política pública. Impostos. Isenção fiscal.

Abstract

Objective: To Identify and analyze corporate political activity on decision-making regarding tax credit concessions for sugary beverages, following the enactment of Decree No. 9,394/2018, which altered the tax structure for industrialized products, negatively affecting the sugary beverage industry. **Methods:** We conducted a documentary analysis on 106 journalistic reports and two public hearings held in the Brazilian House of Representatives and the Federal Senate, all related to the taxation of sugary beverages following the enactment of Decree No. 9,394/2018. The analysis was guided by the theoretical framework of political dystopia, adapted to the food industry. **Results:** During the selected period for analysis, the industry established

alliances, engaged in lobbying, manipulated data, and threatened to withdraw investments. Furthermore, industry representatives argued that the tax measure would result in environmental and economic harm to the country, financial losses for the sector, and employee layoffs. **Conclusion:** The industry employed corporate political activity strategies consistent with those outlined in the theoretical framework, mirroring tactics observed in countries that have implemented taxes on sugary drinks and other unhealthy foods.

Keywords: Sugar-sweetened beverages. Public policy. Taxes. Tax exemption.

INTRODUÇÃO

A ingestão de bebidas açucaradas – que contêm açúcar adicionado, como refrigerantes, sucos em pó, sodas, néctares, energéticos, infusões – está associada ao maior risco de desenvolvimento de diabetes tipo 2,^{1,2} doenças cardiovasculares² e coronarianas, ganho de peso, obesidade, síndrome metabólica,¹ mortalidade por doenças cardiovasculares³ e por todas as causas.^{2,3}

Para enfrentar o problema das doenças crônicas não transmissíveis (DCNT), a tributação destas bebidas é recomendada como uma política pública de saúde pela Organização Mundial da Saúde (OMS) desde 2016.⁴ O principal objetivo é a diminuição do consumo, mas também se almejam o aumento da receita fiscal, a geração de fundos na área de saúde (se os recursos arrecadados forem a ela dirigidos), a sensibilização da população sobre o consumo excessivo de açúcares e a indução da reformulação dos produtos.⁵ A medida já foi adotada por mais de 40 países,^{6,7} que já experienciaram algumas dessas metas, como a redução da compra e do consumo.⁵

Apesar de sua eficácia,⁵ medidas de regulação são frequentemente objeto de resistência pelas indústrias alimentícia e de bebidas, que se envolvem em estratégias de atividade política corporativa (APC).⁷ Como exemplo, apenas entre 2016 e 2017, o setor norte-americano de bebidas açucaradas gastou 50 milhões de dólares em *lobby* contra iniciativas governamentais para reduzir o consumo de refrigerantes.⁸ No México já foi relatado que a indústria participou formal e informalmente do processo político decisório, influenciando sociedade e poder público por meio de chamadas para ação, *marketing*, coalizões, questionamento de evidências científicas e formação de parcerias público-privadas.^{6,9} Na Austrália, as estratégias de APC utilizadas para conter o avanço dessa agenda foram consideradas semelhantes às utilizadas pela indústria do tabaco. Dentre estas estratégias, destacam-se o *lobby*, doações aos principais partidos políticos locais e discursos focados na responsabilidade individual do consumidor, na falta de evidências para suportar a tributação e no argumento de que o Estado estaria sendo paternalista.¹⁰

No Brasil, projetos legislativos sobre o assunto estão em andamento,^{11,12} mas esse é um processo lento e sujeito aos interesses de grupos que buscam influenciar a tomada de decisão.¹² Além disso, desde 1968,¹³ são concedidos benefícios fiscais para mercadorias produzidas na Zona Franca de Manaus (ZFM), o que atraiu grandes fabricantes de bebidas para a região, como Coca-Cola e AmBev.

A ZFM é uma área de livre comércio localizada no interior da Amazônia, instituída pela Lei nº 3.173/1957, cujo objetivo é o desenvolvimento econômico da região. Assim, atendidos os requisitos dispostos em lei, são concedidos incentivos fiscais para as empresas que ali se instalam, inclusive isenção do imposto sobre produtos industrializados (IPI) das mercadorias lá produzidas.

A produção de refrigerantes ocorre em duas etapas: na primeira, é produzido o xarope (também chamado de extrato ou concentrado); na segunda, o xarope é diluído e engarrafado. Isso fez com que empresas engarrafadoras passassem a cobrar da Fazenda Pública (FP) créditos de IPI na operação de compra do xarope, apesar da isenção do IPI.^{14,15} Assim, tanto a compra de xaropes a um preço mais elevado quanto alíquotas altas de IPI beneficiam as engarrafadoras, visto que geram mais créditos. A controvérsia é antiga, e a operação, questionada pela FP. Estima-se que a renúncia seria de 3,8 bilhões por ano para os cofres públicos.^{16,17} Apesar disso, a operação foi considerada legítima pelo Supremo Tribunal Federal (STF) nos Recursos Extraordinários (RE) 212.484 e 592.891, ao entender que o creditamento se justificaria no contexto da sistemática de subsídios da ZFM.

Há poucos estudos sobre tributação de bebidas açucaradas no Brasil e apenas dois deles avaliam especificamente a questão dos conflitos de interesses (Col) e APC.^{11,18} Em 30 de maio de 2018, o presidente da república em exercício Michel Temer publicou o Decreto nº 9.394/2018 (D9394/2018). Este decreto

alterava a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados e reduzia as alíquotas de IPI sobre os xaropes e, conseqüentemente, causou um prejuízo ao setor, já que este passou a receber menos créditos tributários.

Em 2020, o D9394/2018 foi revogado pelo presidente Jair Bolsonaro por meio do Decreto nº 10.554/2020. Tal fato amplia a necessidade de identificar as práticas das indústrias nas diferentes etapas das políticas públicas que podem estar contribuindo para reduzir e/ou minar diferentes medidas regulatórias.¹⁹ Assim, este estudo visa identificar e analisar as estratégias de APC no processo decisório referente à concessão de créditos tributários para bebidas açucaradas ocorridas após o D9394/2018.

MÉTODOS

Foi adotada abordagem qualitativa com enfoque na análise documental de reportagens jornalísticas, vídeos e notas taquigráficas das audiências públicas ocorridas na Comissão de Constituição e Justiça do Senado Federal (CCJ), em 19/06/2018, e na Comissão de Finanças e Tributação da Câmara de Deputados (CFT), em 27/11/2018.

O ponto de partida para o levantamento da base empírica foi a edição do D9394/2018, que reduziu a alíquota do IPI de extratos concentrados usados para a fabricação de refrigerantes de 20% para 4%. Para identificar as estratégias de APC das indústrias de bebidas açucaradas no Brasil após a edição deste decreto, entre 3 e 6 de agosto de 2021, foi realizada uma pesquisa de notícias relacionadas ao tema nos jornais eletrônicos *O Globo*, *Folha de São Paulo* e *Valor Econômico* em seus sítios eletrônicos e na plataforma Google. Justifica-se a escolha dos dois primeiros *sites* por estarem entre os maiores grupos de imprensa do país e do terceiro, pertencente ao grupo Globo, por ser especializado em economia.

Foram analisadas todas as notícias veiculadas nesses jornais publicadas entre o dia 30/05/2018 (data em que foi publicado o decreto que alterou a alíquota do IPI) e 03/08/2021 (data em que se iniciou a pesquisa). Foram incluídas aquelas que contivessem, em conjunto, as palavras "IPI", "Zona Franca", "refrigerante" (ou "refrigerantes"). Buscou-se "refrigerante" por ser ele o produto mais representativo do grupo das bebidas açucaradas. Incluiu-se sua variante no plural, uma vez que esta foi algumas vezes utilizada. Foram excluídas do estudo as reportagens duplicadas e as que apenas anunciavam a publicação do decreto.

As audiências públicas tiveram como objeto o D9394/2018. Na primeira, realizada na CCJ, estiveram presentes a Associação dos Fabricantes de Refrigerantes do Brasil (AFREBRAS), o Sindicato das Indústrias da Alimentação do Estado de Goiás (SIAEG) e a Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes (ABIR), na qualidade de representantes da indústria com direito a voz. Na audiência realizada na CFT, falaram como representantes da indústria a AFREBRAS e o Sindicato Nacional das Indústrias de Refrigerantes (SINDIREFRI).

Com base na leitura e análise desses materiais, foram identificados relatos e declarações das indústrias e associações de bebidas açucaradas considerados estratégias de APC. Estes foram identificados, sistematizados e classificados adotando-se a taxonomia de estratégias de APC propostos por Mialon et al.¹⁹ Segundo Mialon et al.,¹⁹ o termo APC, conforme definição de Baysinger²⁰, "refere-se às tentativas feitas pelas corporações de influenciar políticas públicas e opinião pública de maneira favorável à indústria".²¹ Segundo esta taxonomia, dois tipos de estratégias são utilizados pela indústria: discursivas (ED) e instrumentais (EI)¹⁹ (Quadro 1). As discursivas são efetivadas por meio de argumentos usados pela indústria para se defender de medidas regulatórias. As instrumentais se referem às ações (práticas) realizadas pela indústria, através de mecanismos específicos, para atrasar ou impedir a implementação das políticas contrárias aos seus interesses.

A identificação e a classificação da APC conforme as categorias previstas na taxonomia foram realizadas por uma autora, e a revisão, pelas outras autoras, sendo a classificação final acordada entre todas elas. Artigos científicos, teses de doutorado e reportagens jornalísticas que trataram da tributação de alimentos não saudáveis no Brasil e em outros países foram utilizados pelas autoras para apoiar a análise do material empírico.

Quadro 1. Taxonomia das estratégias de atividade política corporativa (APC) de Mialon e colaboradoras¹⁹: estratégias instrumentais e discursivas.

ESTRATÉGIAS INSTRUMENTAIS		
	Práticas	Mecanismos
Gerenciamento de coalizão	Recrutamento para grupos constituintes - externos - estabelece relacionamentos com os principais líderes de opinião e organizações de saúde	Estabelecer relacionamento com profissionais de saúde e ex-formadores de políticas e promover interações público-privadas
		Apoiar organizações profissionais, inclusive por meio de financiamento e/ou publicidade em suas publicações
		Estabelecer relacionamentos informais com os principais líderes de opinião
		Apoiar a colocação de pessoal amigável da indústria dentro das organizações de saúde
	Recrutamento de grupo - externo - buscar envolvimento na comunidade	Fazer filantropia corporativa
		Apoiar iniciativas de atividade física
		Apoiar eventos (como para jovens ou artes) e iniciativas em nível comunitário
	Recrutamento de grupo - externo - estabelecer relacionamentos com a mídia	Estabelecer relações estreitas com organizações de mídia, jornalistas e blogueiros para facilitar a defesa da mídia
	Interno	Construir alianças com outros atores da indústria
	Fabricação de constituintes	Estabelecer organizações de base falsas (" <i>astroturfing</i> ")
		Obter o apoio de grupos comunitários e empresariais para se opor às medidas de saúde pública
	Fragmentação e desestabilização do eleitorado	Desacreditar os defensores da saúde pública pessoalmente e publicamente, por exemplo, através da mídia, blogs
		Infiltrar-se, monitorar as operações e as estratégias de <i>advocacy</i> de defensores, grupos e organizações de saúde pública
		Criar antagonismo entre os profissionais

Quadro 1. Taxonomia das estratégias de atividade política corporativa (APC) de Mialon e colaboradoras¹⁹:
estratégias instrumentais e discursivas. (Cont.).

ESTRATÉGIAS INSTRUMENTAIS		
	Práticas	Mecanismos
Gerenciamento de informações	Produção	Financiar pesquisas, inclusive por meio de acadêmicos, escritores fantasmas, instituições de pesquisa próprias e grupos de frente
	Amplificação	Escolher os dados que favorecem o setor, incluindo o uso de evidências não revisadas por pares ou não publicadas
		Participar e hospedar eventos científicos
		Propor educação patrocinada pela indústria
	Supressão	Suprimir a divulgação de pesquisas que não atendem aos interesses da indústria
		Enfatizar o desacordo entre os cientistas e concentrar-se na dúvida na ciência
		Criticar evidências e enfatizar sua complexidade e incerteza
	Credibilidade	<i>Fronting</i> : ocultar links da indústria para informações/evidências, inclusive por meio do uso de cientistas como conselheiros, consultores ou porta-vozes
Envolvimento direto e influência na política	Acesso indireto	Fazer lobby direta e indiretamente (através de terceiros) para influenciar a legislação e regulamentação para que seja favorável à indústria
		Cooptar funcionários do governo para defender as posições da indústria
		Praticar "porta giratória", ou seja, ex-funcionários da indústria de alimentos trabalham em organizações governamentais e vice-versa
	Incentivos	Financiar e fornecer incentivos financeiros a partidos políticos e formuladores de políticas (doações, presentes, entretenimento ou outros incentivos financeiros)
	Ameaças	Ameaçar retirar investimentos se forem introduzidas novas políticas de saúde pública
	Ator na tomada de decisão do governo	Procurar envolvimento em grupos de trabalho, grupos técnicos e grupos consultivos
		Fornecer suporte técnico e aconselhamento aos formuladores de políticas (incluindo consultas)
		Desenvolver iniciativas público-privadas e de autorregulação com o governo

Quadro 1. Taxonomia das estratégias de atividade política corporativa (APC) de Mialon e colaboradoras¹⁹: estratégias instrumentais e discursivas. (Cont.).

ESTRATÉGIAS INSTRUMENTAIS		
	Práticas	Mecanismos
Ações judiciais	Usar ação legal (ou a ameaça dela) contra políticas públicas ou oponentes	Litígio ou ameaçar litigar contra governos, organizações ou indivíduos
	Influenciar o desenvolvimento de acordos de comércio e investimento	Influenciar o desenvolvimento de acordos de comércio e investimento de forma que cláusulas favoráveis à indústria sejam incluídas (por exemplo, restrições comerciais limitadas, mecanismos para empresas processarem governos)
ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS		
	Domínio	Argumento
	Economia	Destacar o número de empregos apoiados e o dinheiro gerado para a economia
	Governança	Demonizar o “estado babá”
	Custos esperados da indústria de alimentos	A política levará a vendas/empregos reduzidos
		O custo de conformidade será alto
	Enquadrar o debate sobre questões relacionadas à dieta e à saúde pública	Enfatize as boas características da indústria alimentícia
		Desviar a culpa da indústria alimentícia e seus produtos, por exemplo. Foco na responsabilidade individual, papel dos pais, inatividade física
		Promover as soluções preferidas da indústria: educação, alimentação balanceada, informação, iniciativa público-privada, autorregulação (reformulação)

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A busca por reportagens jornalísticas gerou 106 resultados, sendo 21 no jornal *O Globo*, 49 no *Valor Econômico* e 36 na *Folha de São Paulo*. Após a exclusão das reportagens duplicadas e das que somente anunciavam a publicação do decreto, restaram 43 reportagens, sendo nove de *O Globo*, 17 do *Valor Econômico* e 17 da *Folha de São Paulo*. As declarações da indústria classificadas como APC, encontradas em 19 das 43 reportagens, foram sistematizadas nos Quadros 2 (EI) e 3 (ED).

Quadro 2. Estratégias de atividade política corporativa (APC) realizadas pela indústria de bebidas açucaradas no contexto da redução de créditos tributários referentes ao imposto sobre produtos industrializados de xaropes produzidos na Zona Franca de Manaus após a edição do Decreto nº 9.394/2018 (2018-2021): estratégias discursivas.

APC	Trechos extraídos do material empírico analisado
ED-ECO	• Coca-Cola - "Anualmente, a indústria de refrigerantes gera R\$ 10 bilhões em tributos"²⁹ • Coca-Cola - " Mesmo com os benefícios da Zona Franca de Manaus, o setor gera mais de R\$ 10 bilhões de imposto no Brasil ao ano."²² • Entrevista Folha – “Em abril, o STF decidiu pelo direito ao crédito do IPI na entrada de insumos isentos oriundos da Zona Franca de Manaus, elevando a perda de arrecadação para o Tesouro. Como vocês avaliaram?”Presidente da Ambev (Bernardo Paiva) - “Não é para Ambev. É para todas as indústrias que estão lá. Entramos lá na década de 90. Acharmos bom porque foi um incentivo aprovado, que atraiu investimentos lá atrás para aquela região, e o STF manteve.”⁴¹ • “(...) nossas associadas possuem programas sociais e culturais na Região Norte e isso torna possível manter a sustentabilidade da indústria e a torna vigorosa aliada na retomada econômica do Brasil”, diz a associação.” (...) “A Abir representa mais de 60 pequenas, médias e grandes indústrias de refrigerantes e de bebidas não alcoólicas do Brasil, responsáveis por mais de 85% da produção dessas bebidas, com recolhimento de cerca de R\$ 10 bilhões em impostos federais, estaduais e municipais.”²⁵ • “A Abir e o setor de bebidas não alcoólicas, pautados sempre pela ética e pela transparência, seguem acreditando no diálogo como forma de busca de soluções perenes e efetivas no sentido de ampliar a produção, o crescimento, geração de empregos e uma segurança jurídica que dê tranquilidade para novos investimentos na região.”²⁵ • “A Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas (Abir), que representa 67 empresas com unidades em Manaus, diz que “lamenta profundamente” a decisão do governo e que a redução dos créditos “compromete um modelo de desenvolvimento de toda uma cadeia econômica sustentável na Amazônia.”²³ • ABIR – “todos os estados da República Federativa do Brasil irão perder nas suas arrecadações. Já adianto os números. Considerando ICMS a previsão de perder 1.6 bi dos estados.”¹⁷ • ABIR – “Waterhouse Cooper de 2015 onde nós temos dentre todas essas fábricas de bebidas não alcoólicas cento e vinte e dois mil empregos diretos, 10.2 bilhões de arrecadação de impostos ao ano e 1.5 milhão de empregos indiretos considerando toda a cadeia produtiva. (...)Doze por cento do polo industrial, maior polo exportador de Zona Franca. Aqui vem o ponto. Esse polo ele é fundamental pra desenvolvimento da região amazônica. Tem quatorze mil empregos diretos e indiretos. Relatório da Ernst & Young.(...) dez mil famílias são impactadas nisso aqui. Tem todo um plantio de guaraná, de açúcar, todos os insumos vêm de lá. Por isso que nós chegamos a esses números. São dez mil famílias impactadas. Relatório da Castelo Branco Consultoria. Como também cinquenta mil toneladas de insumo.(...)”¹⁷ • ABIR – “a carga tributária é a maior da América Latina.”¹⁷ • ABIR – “Ele consegue dar empregabilidade e desenvolvimento regional na agricultura familiar.”¹⁷

Quadro 2. Estratégias de atividade política corporativa (APC) realizadas pela indústria de bebidas açucaradas no contexto da redução de créditos tributários referentes ao imposto sobre produtos industrializados de xaropes produzidos na Zona Franca de Manaus após a edição do Decreto nº 9.394/2018 (2018-2021): estratégias discursivas. (Cont.).

APC	Trechos extraídos do material empírico analisado
ED-CIA	• “Em nota a Abir (Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas) disse que a medida impacta profundamente o setor – independentemente de estar a indústria instalada na Zona Franca de Manaus ou não.”³⁵ • “As empresas de bebidas, por exemplo, que tiveram o crédito do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) reduzido, alegam que haverá aumento de custos na compra dos xaropes de refrigerantes e defendem a derrubada da medida.”²⁶ • O decreto do governo federal que altera a alíquota de IPI dos concentrados de bebidas produzidos na Zona Franca de Manaus tem impacto para toda a indústria do setor (...).²² • ABIR – “Com essa redução nós temos um impacto (...) Uma elevação da carga. Isso aqui é um impacto na cadeia (...) produtiva.”¹⁷ • SIAEG – “foi descarregado no nosso setor grande parte da solução que o governo tem. Por que que ele não repartiu com todos? E sem um aviso prévio não se pode mudar uma situação abruptamente de quem tem planejamento, quem já fez, ou seja, quebrou, se quebraram-se as regras para nós”¹⁷
ED-VEM	• “Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas (Abir), a redução do desconto no IPI aumentará o preço do produto final em 8%.” (...) “Além disso, cerca de 15 mil pessoas podem perder o emprego com o aumento da ociosidade nas fábricas.”²⁶ • “Já a Associação Brasileira da Indústria de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas (Abir), que representa empresas como Coca-Cola e Ambev, chegou a estimar logo depois de o Executivo anunciar a mudança na tributação que a medida poderia aumentar em 8% o preço para o consumidor, diminuir o faturamento em R\$ 6 bilhões devido a uma redução de 15% nas vendas, elevar a ociosidade nas fábricas de 35% para 50%, cortar 15 mil empregos diretos (...)”³⁶ • Alexandre Kruel Jobim, presidente da ABIR - “Isso poderia causar desemprego e prejudicar o desenvolvimento regional.”³⁰ • “Elas ameaçam cortar 15 mil empregos diretos porque preveem uma retração de cerca de R\$ 6 bilhões por ano nas vendas caso Temer não volte atrás.”³¹ • “A Associação Brasileira da Indústria de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas (...) chegou a dizer após o anúncio da redução do benefício que a diminuição “abrupta” poderia (...) cortar 15 mil empregos diretos.”³² • ABIR – “Nós vamos ter uma perda de faturamento de quinze por cento que chega a seis bilhões e para todo o Brasil (...), a perspectiva de um risco de quinze mil empregos em todo o Brasil.”¹⁷

Quadro 2. Estratégias de atividade política corporativa (APC) realizadas pela indústria de bebidas açucaradas no contexto da redução de créditos tributários referentes ao imposto sobre produtos industrializados de xaropes produzidos na Zona Franca de Manaus após a edição do Decreto nº 9.394/2018 (2018-2021): estratégias discursivas. (Cont.).

APC	Trechos extraídos do material empírico analisado
ED-BOA	- ABIR - <i>"Na Zona Franca de Manaus, o setor investiu nos processos produtivos, internalizou tecnologias e tornou viável toda uma cadeia econômica sustentável na Amazônia.(...)"</i>²⁵ - ABIR - <i>"(...) já foi falado aqui da importância da preservação da floresta amazônica que é inclusive elogiada por muitos parlamentares de outros estados que esse traz renda para o estado e para as famílias de modo que ajuda na preservação."</i>¹⁷

Legenda: ED-ECO -Destacar o número de empregos apoiados e o dinheiro gerado para a economia. ED-CIA - Custos esperados da indústria de alimentos. ED-VEM - A política levará a vendas/empregos reduzidos. ED-BOA - Enfatizar as boas características da indústria alimentícia. ABIR - Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas. SIAEG - Sindicato das Indústrias da Alimentação do Estado de Goiás.

Quadro 3. Estratégias de atividade política corporativa (APC) realizadas pela indústria de bebidas açucaradas no contexto da redução de créditos tributários referentes ao imposto sobre produtos industrializados de xaropes produzidos na Zona Franca de Manaus após a edição do Decreto nº 9.394/2018 (2018-2021): estratégias instrumentais.

APC	Trechos extraídos do material empírico analisado
EI-COA	- Coca-Cola - <i>"O decreto (...) tem impacto para toda a indústria (...) por isso, o tema tem sido tratado pela entidade que o representa, a Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas."</i>²² <i>"Coca-Cola e Ambev, as maiores empresas instaladas na região, não quiseram comentar e disseram que a Abir fala em nome do setor."</i>²³ - ABIR - <i>"A Abir ela representa hoje cinquenta e nove empresas (...) são empresas grandes, pequenas e médias em todos os estados do Brasil."</i>¹⁷ - AFREBRAS - <i>"Hoje nós estamos em 106 associados, o sindicato tem 48 associados e as microcervejarias são 712. – referindo-se ao SINDIREFRI e ABRACERVA - (...) Nós estamos representando sim, todo o setor de bebidas, mas tão somente as pequenas. As que menos vendem."</i>¹⁷ - SIAEG - <i>"Eu represento a Fruki. Que é um dos grandes fabricantes do Rio Grande do Sul e ele está associado junto da nossa associação que é junto com a ABIR aonde através da diretoria de regionais eu defendo os interesses."</i>¹⁷ - SIAEG - <i>"Então nós estamos aqui, isso aqui tem um senador de Rondônia, nós estamos representando o Dydyo, nós estamos representando a Magistral, a Real do Amazonas, o Amazon do Amazonas.de São Paulo, Cotuba de São Paulo, certo? Marajá do Mato Grosso, então são diversos outros que aqui estão e que se se forem perguntados, se querem que acabem com os benefícios, dirão que não."</i>¹⁷ - SINDIREFRI - <i>"Em nome do sindicato, estamos trabalhando, defendendo os nossos fabricantes."</i>²⁴

Quadro 3. Estratégias de atividade política corporativa (APC) realizadas pela indústria de bebidas açucaradas no contexto da redução de créditos tributários referentes ao imposto sobre produtos industrializados de xaropes produzidos na Zona Franca de Manaus após a edição do Decreto nº 9.394/2018 (2018-2021): estratégias instrumentais. (Cont.).

APC	Trechos extraídos do material empírico analisado
EI-COM	ABIR – “nossas associadas possuem programas sociais e culturais na Região Norte”.²⁵
EI-CHP	ABIR - apresentou dados de consultorias que inflaram os números de empregos e fábricas quando comparados aos apresentados pela Receita Federal.¹⁷
EI-LOB	“Os fabricantes ganharam o apoio da bancada política do Amazonas. Os senadores amazonenses Vanessa Grazziotin (PCdoB) e Eduardo Braga (MDB) apresentaram um decreto legislativo para suspender o efeito das mudanças no IPI. O projeto está na Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania do Senado. O deputado Pauderney Avelino (DEM) também articula a extinção da medida.”²⁶ “Nos bastidores, parlamentares também relatam pressão das fabricantes de refrigerantes, que querem a derrubada da medida (...)”^{27,28} “O setor pressiona os senadores para restabelecer a alíquota de 20%.”²⁹ “O governo fechou acordo com as empresas de bebidas, Ambev e Coca-Cola entre elas, para publicar o decreto que pode devolver, a partir de janeiro, parte dos R\$ 1,9 bilhão em incentivos retirados da indústria de refrigerantes da zona Franca de Manaus (...). “Jobim e os presidentes da Coca-Cola, Henrique Braun, e da Ambev, Bernardo Paiva, foram recebidos no Ministério da Fazenda, em 14 de junho, para mostrar esse quadro.” (...)“Como carta na manga para as empresas, o Senado já aprovou projeto para suspender o decreto presidencial que reduziu os benefícios. A proposta depende de votação na Câmara. Seu presidente, Rodrigo Maia, já afirmou que o impacto foi muito grande e que, se o governo não cumprir o acordo e devolver parte dos incentivos, pautará a derrubada do decreto de Temer.”³⁰ “O assunto foi levado ao presidente pela primeira vez no fim de junho por Alexandre Jobim, presidente da Abir (Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes), que representa as empresas. (...) houve conversas com assessores de Temer, tanto na Casa Civil quanto na equipe econômica. Na terça-feira (14), o presidente da Coca-Cola no Brasil, Henrique Braun, esteve com o secretário da Receita Federal, Jorge Rachid, e detalhou a situação. (...) Pessoas que acompanharam as conversas afirmam que a Coca-Cola fez chegar a Temer que só faz sentido produzir na Zona Franca se a alíquota do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) que incide sobre o concentrado de refrigerante for de, pelo menos, 15%. (...) O governo aceita negociar a alíquota, mas, segundo pessoas próximas às conversas, a Receita resiste.”³¹ “A Associação Brasileira da Indústria de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas (Abir), que representa grandes empresas como a Coca e a Ambev, também se reuniu com representantes da Fazenda.”³² “O presidente Michel Temer cedeu à pressão da indústria de refrigerantes e restituiu (...) parte do benefício fiscal para fabricantes instalados na Zona Franca de Manaus.” (...) Temer voltou atrás e aumentou a alíquota (...). “Na prática, o presidente deu mais tempo à indústria e jogou para o próximo governo a decisão definitiva sobre o benefício.”²² “Após pressão da indústria de refrigerante, Temer recuou e restituiu parte do benefício.”³³

Quadro 3. Estratégias de atividade política corporativa (APC) realizadas pela indústria de bebidas açucaradas no contexto da redução de créditos tributários referentes ao imposto sobre produtos industrializados de xaropes produzidos na Zona Franca de Manaus após a edição do Decreto nº 9.394/2018 (2018-2021): estratégias instrumentais. (Cont.).

APC	Trechos extraídos do material empírico analisado
EI-LOB	• <i>“Apoiado por associações empresariais e industriais, o deputado Delegado Pablo (PSL-AM), que comanda o partido do presidente Jair Bolsonaro no Amazonas, articulou o lançamento de uma bancada denominada Frente Parlamentar em Defesa da Amazônia, cujo objetivo é regulamentar a exploração de minérios na região da floresta e defender incentivos tributários tanto da Zona Franca de Manaus como de outras áreas que têm subsídio na Região Norte. (...) Como forma de se fortalecer, o grupo deu entrada no processo para abertura de um instituto próprio, a exemplo da Frente Parlamentar Agropecuária (FPA), que representa os interesses da bancada ruralista no Congresso. Com ajuda do agronegócio, a FPA mantém um instituto, com uma luxuosa sede em Brasília, e garante o lobby do setor na Câmara e no Senado. Essa é a fórmula que Delegado Pablo quer repetir para a bancada. (...) “Ainda não há nenhuma instituição fechada [para apoio] porque o instituto não foi montado, mas a Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas [Abir] e a Federação das Indústrias do Estado do Amazonas [Fieam] nos procuraram, assim como outros segmentos da sociedade.”³⁴</i> • <i>“As companhias com fábricas em Manaus tentaram convencer Bolsonaro a editar novo decreto e manter parte dos incentivos. Em 2019, em meio às negociações da reforma da Previdência, o presidente cedeu à bancada do Amazonas e elevou os créditos para 10%, mas apenas até 31 de dezembro. Na virada do ano, passaram a valer os 4% previstos por Temer.”²³</i> • SINDIREFRI – <i>“Nós estamos há mais de 10 anos garimpando o Senado e a Câmara dos Deputados em defesa da indústria brasileira de bebidas.”²⁴</i> • AFREBRAS – <i>“A gente já faz mais de treze anos discutindo junto com o Ministério da Fazenda sobre essa distorção.”¹⁷</i>
EI-AME	• ABIR - <i>“A mudança brusca do regime tributário de compensações fiscais ameaça os investimentos e mesmo a operação de diversas indústrias na Zona Franca de Manaus.” (...) “Há margem para o diálogo com a indústria para que se restabeleça a segurança jurídica dos investimentos pretendidos e também sobre aqueles já empreendidos na Zona Franca de Manaus.”³⁵</i> • <i>“A Abir argumenta que o aumento dos custos com tributos vai inviabilizar a produção dos concentrados de refrigerantes na Zona Franca de Manaus.”²⁶</i> • Alexandre Kruel Jobim, presidente da ABIR - <i>“Teremos uma desconfiança brutal do setor para fazer investimentos.” (...) “A atuação dessas empresas fica comprometida. Tem empresas que podem migrar para outras regiões, até para o exterior. Mas outras podem fechar pela inviabilização da produção lá – complementou Alexandre Kruel.”²⁶</i> • <i>“Já a Associação Brasileira da Indústria de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas (Abir), que representa empresas como Coca-Cola e Ambev, chegou a estimar logo depois de o Executivo anunciar a mudança na tributação que a medida poderia (...) levar ao fim do polo de concentrados de Manaus.”³⁶</i>

Quadro 3. Estratégias de atividade política corporativa (APC) realizadas pela indústria de bebidas açucaradas no contexto da redução de créditos tributários referentes ao imposto sobre produtos industrializados de xaropes produzidos na Zona Franca de Manaus após a edição do Decreto nº 9.394/2018 (2018-2021): estratégias instrumentais. (Cont.).

APC	Trechos extraídos do material empírico analisado
EI-AME	- Alexandre Kruehl Jobim, presidente da ABIR - <i>"Sem o benefício (...) há insegurança jurídica e as empresas podem revisar os investimentos, pois o negócio se tornaria economicamente inviável."</i>³⁰ <i>"A Coca-Cola ameaça interromper sua produção de refrigerante na Zona Franca de Manaus caso Michel Temer não baixe medida devolvendo ao setor os benefícios de que desfrutavam antes da paralisação dos caminhoneiros." (...) "Pessoas que acompanharam as conversas afirmam que a Coca-Cola fez chegar a Temer que só faz sentido produzir na Zona Franca se a alíquota do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) que incide sobre o concentrado de refrigerante for de, pelo menos, 15%. Braun (presidente da Coca-Cola) também disse que a matriz nos EUA quer definir a situação no Brasil até o fim deste ano e que, para isso, a companhia aguarda um decreto garantindo 15% de IPI ainda na gestão Temer. Se Temer não atender ao pedido, a Coca-Cola disse que pode destinar a produção do Brasil a alguma fábrica em país com incentivos fiscais." (...) "Com a redução do IPI sobre o concentrado, a operação da Coca-Cola estaria comprometida, alega a empresa." (...) "A Coca-Cola Brasil disse, após procurada pela Folha, não ter planos de deixar o polo de Manaus até o momento."</i>³¹ <i>"A Associação Brasileira da Indústria de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas (Abir), que representa grandes empresas como a Coca e a Ambev, também se reuniu com representantes da Fazenda e chegou a dizer após o anúncio da redução do benefício que a diminuição "abrupta" poderia (...) até "acabar" com o polo de concentrados de Manaus."</i>³²
	<i>"Após o governo Temer cortar parte dos incentivos tributários das fabricantes de concentrado de refrigerante da Zona Franca de Manaus, a PepsiCo decidiu fechar sua unidade (...). Outras gigantes com produção no local, como Coca-Cola, Ambev e Grupo Heineken afirmaram, em notas, que ainda avaliam o novo cenário e não decidiram se manterão ou não suas fábricas em Manaus." (...) "Segundo o presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas (Abir), Alexandre Jobim, as empresas estão estudando se mantêm suas operações em Manaus por causa da imprevisibilidade e porque a alíquota de 4% não traz vantagem diante dos custos logísticos. "A Pepsi tem várias justificativas e razões internas, mas não há dúvida que deve ter pesado uma insegurança na política de incentivos regionais", disse."</i>³⁷ <i>"A bancada federal do Amazonas pressiona o ministro da Economia, Paulo Guedes, a rever a redução nos incentivos fiscais para produção de xarope de refrigerantes na zona franca de Manaus, medida que tem levado as gigantes Coca-Cola, Ambev e Grupo Heineken a ameaçarem, (nos bastidores), deixar a região."</i>^{38,39} - ABIR - <i>"Caberá agora a cada empresa reavaliar seu plano de negócios e decidir a viabilidade da permanência na zona franca de Manaus", diz."</i>²³ <i>"Em nota, a Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes (Abir) afirma que uma mudança nas regras do segmento pode afetar investimentos (...)"</i>⁴⁰

Quadro 3. Estratégias de atividade política corporativa (APC) realizadas pela indústria de bebidas açucaradas no contexto da redução de créditos tributários referentes ao imposto sobre produtos industrializados de xaropes produzidos na Zona Franca de Manaus após a edição do Decreto nº 9.394/2018 (2018-2021): estratégias instrumentais. (Cont.).

APC	Trechos extraídos do material empírico analisado
EI-AME	ABIR – “E esse é um questionamento final que eu deixo para os senhores senadores que no momento oportuno vão deliberar.” -Referindo-se ao slide em que está escrito “Fim do Polo de Concentrados de Manaus”.¹⁷
EI-GRU	“Apoiado por associações empresariais e industriais, o deputado Delegado Pablo (PSL-AM), que comanda o partido do presidente Jair Bolsonaro no Amazonas, articulou o lançamento de uma bancada denominada Frente Parlamentar em Defesa da Amazônia (...).” “Como forma de se fortalecer, o grupo deu entrada no processo para abertura de um instituto próprio, a exemplo da Frente Parlamentar Agropecuária (FPA), que representa os interesses da bancada ruralista no Congresso. Com ajuda do agronegócio, a FPA mantém um instituto, com uma luxuosa sede em Brasília, e garante o lobby do setor na Câmara e no Senado. Essa é a fórmula que Delegado Pablo quer repetir para a bancada (...)”³⁴

Legenda: EI-COA – Construir alianças com outros atores dentro da indústria. EI-COM - Apoiar eventos (como para jovens ou artes) e iniciativas de nível comunitário). EI-CHP - Escolher os dados que favorecem o setor, incluindo o uso de evidências não revisadas por pares ou não publicadas. EI-LOB - Fazer *lobby* direta e indiretamente (através de terceiros) para influenciar a legislação e regulamentação para que seja favorável à indústria. EI-AME - Ameaçar retirar investimentos se forem introduzidas novas políticas de saúde pública. EI-GRU - Procurar envolvimento em grupos de trabalho, grupos técnicos e grupos consultivos ABIR - Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas. AFREBRAS - Associação dos Fabricantes de Refrigerantes do Brasil. ABRACERVA – Associação Brasileira das Microcervejarias e Empresas do Setor Cervejeiro. SIAEG – Sindicato das Indústrias da Alimentação do Estado de Goiás. SINDIREFRI – Sindicato Nacional das Indústrias de Refrigerantes.

Dez tipos de estratégias de APC foram usados pela indústria para questionar as alterações promovidas pelo D9394/2018 (Quadro 4). No âmbito das estratégias instrumentais, foram observados a construção de alianças com atores dentro da indústria (EI-COA), o apoio a iniciativas de nível comunitário (EI-COM), a escolha de dados favoráveis ao setor (*cherry pick*) (EI-CHP), o *lobby* para influenciar que a legislação seja favorável à indústria (EI-LOB), a ameaça de retirar investimentos (EI-AME) e o envolvimento em grupos de trabalho, grupos técnicos e grupos consultivos (EI-GRU). Em relação às estratégias discursivas, foram usados argumentos de que a indústria gera empregos e dinheiro para a economia (ED-ECO), que a mudança aumentaria os custos esperados (ED-CIA) e levaria à redução de vendas e empregos (ED-VEM), bem como argumentos que enfatizaram as boas características da indústria alimentícia (ED-BOA).

Quadro 4. Estratégias de Atividade Política Corporativa identificadas no estudo.

Sigla	Estratégia	Mecanismos ou argumentos
ED-ECO	Discursiva	Enfatizar o número de empregos gerados e o impacto econômico
ED-CIA	Discursiva	Descrever os custos previstos para a indústria de alimentos
ED-VEM	Discursiva	Destacar o declínio esperado nas vendas e no emprego

Quadro 4. Estratégias de Atividade Política Corporativa identificadas no estudo. (Cont.)

Sigla	Estratégia	Mecanismos ou argumentos
ED-BOA	Discursiva	Mostrar as contribuições positivas da indústria de alimentos
EI-COA	Instrumental	Construir alianças com outros atores dentro da indústria
EI-COM	Instrumental	Apoiar iniciativas em nível comunitário, incluindo programas para jovens e artes
EI-CHP	Instrumental	Usar seletivamente dados que apoiem os interesses do setor, incluindo evidências não revisadas por pares ou não publicadas
EI-LOB	Instrumental	Fazer lobby direta e indiretamente (através de terceiros) para influenciar a legislação e regulamentos em favor do setor
EI-AME	Instrumental	Ameaçar retirar investimentos se forem introduzidas novas políticas de saúde pública
EI-GRU	Instrumental	Buscar envolvimento em grupos de trabalho, grupos técnicos e grupos consultivos

A construção de alianças com atores dentro da indústria (EI-COA) foi evidenciada pela atuação de sindicatos e associações ligados às indústrias de bebidas açucaradas no gerenciamento de seus interesses frente às alterações na legislação. A ABIR se destacou como porta-voz da grande indústria e se posicionou contra a edição do D9394/2018, sendo acompanhada pelo SIAEG na audiência ocorrida na CCJ. No contexto das reportagens analisadas, há poucas declarações de grandes fabricantes como Coca-Cola e Ambev, que evitaram comentar o assunto, sendo que a ABIR foi a que mais desempenhou a função de representar o setor. No mesmo sentido, embora fossem favoráveis ao D9394/2018, a AFREBRAS, ABRACERVA e o SINDIREFRI, que representam pequenas empresas instaladas fora da ZFM, também uniram vozes durante as audiências públicas para defender seus fabricantes, pleiteando o fim dos subsídios aos concentrados da ZFM.

A formação de associações e alianças para defender os interesses de um setor é uma estratégia que ocorre no longo prazo, de modo que políticas públicas pontuais que afetam as operações da indústria somente expõem os arranjos ocorridos interna e previamente.^{42,43} Ao discorrer sobre a APC na indústria do tabaco, Ulucanlar⁴⁴ afirma que a construção e o gerenciamento de coalizões são utilizados para dar credibilidade aos argumentos da indústria, o que pode ser observado quando companhias transnacionais se unem a outras empresas do setor sob a forma de associações.

De fato, o poder de representar que foi conferido às associações permite que seu discurso seja propagado de uma maneira menos particularizada em determinadas empresas, o que contribui para a credibilidade e legitimidade de sua argumentação. Essa tentativa de se legitimar também é observada quando a ABIR fala que representa pequenos, médios e grandes fabricantes.

Essa estratégia instrumental vem sendo amplamente utilizada pela indústria de alimentos na defesa de seus interesses, havendo relatos sobre a atuação de associações também na França, no tocante à rotulagem de alimentos,²¹ e no Chile e México, a respeito da tributação de bebidas açucaradas.⁹

O apoio a iniciativas de nível comunitário (EI-COM) também foi identificado quando a ABIR afirmou que suas associadas promovem atividades socioculturais em comunidades na Região Norte,²⁵ porém não houve

detalhamento sobre os programas desenvolvidos. Práticas de recrutamento de grupo são extensamente descritas no Brasil¹⁹ e também foram observadas em países como Colômbia⁹ e Tailândia.⁴⁵ Essas práticas buscam construir relações e experiências positivas com a sociedade por meio de doações e apoio a eventos, por exemplo, favorecendo o apoio destes às empresas.¹⁹

A seleção de dados que favorecem o setor (*cherry pick*) (EI-CHP) foi identificada durante a audiência na CCJ, quando a ABIR mencionou a quantidade de empregos gerados pelo setor. Na ocasião, houve apresentação do número de empregos, que divergiu do apresentado pela Receita Federal. De acordo com a Receita, haveria apenas 25 fábricas no polo de concentrados em Manaus e estas seriam responsáveis por apenas 571 empregos diretos (e não 122 mil, como afirmado pela ABIR).¹⁶

Na Colômbia, durante o processo de tramitação do imposto no Congresso, a indústria contratou consultores de renome para realizar estudos não revisados por pares e sequer publicados.^{9,42,46} No Brasil e na Colômbia, foi possível perceber o uso do argumento de autoridade para efetivar estratégias de gerenciamento de informação, já que os consultores contratados dão a aparência de veracidade e de legitimidade à informação propagada.

Quando os dados são confrontados, como ocorreu na audiência pública, ao menos se sabe que as informações dadas pela indústria são imprecisas. Porém, considerando a velocidade da transmissão de informações nas mídias digitais, as estratégias de gerenciamento de informação possuem um enorme potencial de provocar danos à saúde pública. Observa-se que as informações apresentadas pela ABIR acerca do número de empregos gerados pelo setor foram repetidas em diversas reportagens sem que houvesse a checagem das afirmações pela imprensa.

Ainda a respeito das práticas envolvendo o gerenciamento de informações na audiência ocorrida na CFT, o Sr. Oksandro Gonçalves se apresentou como pesquisador da Pontifícia Universidade de São Paulo (PUC-SP) e omitiu que era também advogado da AFREBRAS. Em tese, a situação configura a APC de *fronting*, uma estratégia instrumental que consiste em ocultar a relação da indústria com informações propagadas por consultores ou cientistas que atuam como porta-vozes da indústria.¹⁹

O uso do *lobby* como meio de influência sobre a legislação (EI-LOB) também foi uma estratégia utilizada pela indústria, que, após a edição do D9394/2018, participou da derrubada da medida tanto no âmbito do Poder Executivo (ministérios e Presidência da República), como no Congresso Nacional (Senado Federal e Câmara de Deputados). Nas reportagens, foi possível perceber que houve interações do setor com o Presidente da República,^{22,30,31,33} ministérios^{31,32} e com congressistas.^{23,26-29,34}

Com efeito, no Senado Federal, as fabricantes ganharam o apoio dos Senadores Omar Aziz (PSD/AM) e Vanessa Grazziotin (PcdoB/AM), autores do Projeto de Decreto Legislativo do Senado Federal (PDS) nº 57/2018, e do Senador Eduardo Braga (MDB/AM), autor do PDS nº 59/2018.²⁶ Na Câmara dos Deputados, o apoio veio dos Deputados Pauderney Avelino (DEM/AM),²⁶ que apresentou o Projeto de Decreto Legislativo na Câmara Federal (PDC) nº 966/2018, e Silas Câmara (PSD/AM), autor do PDC nº 969/2018.¹¹ Todas as propostas tinham como objetivo sustar o D9394/2018.

Estudo aponta que o PDS nº 57/2018 foi apresentado apenas quatro dias após a publicação do D9394/2018 e que, após passar por todos os trâmites da Casa Legislativa, foi aprovado em um prazo de 36 dias.¹¹ Além do *lobby*, evidenciado por reuniões da indústria com agentes políticos após o ocorrido, a autora destaca que todos os autores das propostas receberam financiamento direto para campanha eleitoral de empresas do setor de bebidas açucaradas com fábricas na ZFM. Deste modo, embora a estratégia de financiamento não tenha sido visível na base empírica do presente estudo, devido ao recorte metodológico adotado, os novos achados convergem com o relatado por Mariath¹¹ a respeito da prática de *lobby*.

No Chile, relata-se que houve intensificação do *lobby* durante o período que precedeu a tributação sobre bebidas açucaradas, que foi implementada em 2015.⁴⁷ Na Colômbia, o presidente do país, contrário à tributação, recebeu, em 2018, um financiamento de campanha equivalente a 148.000 dólares americanos da indústria de bebidas açucaradas.⁴² Até mesmo na Europa, onde a tributação de bebidas açucaradas foi adotada por alguns países, a oposição da indústria foi realizada por meio de *lobby* junto aos ministérios, ameaças de redução ou de retirada de investimentos, ameaça de litigância e de retirada de participação em iniciativas de saúde pública.⁴⁸

A ameaça de retirar investimentos (EI-AME) foi frequente nas reportagens analisadas. De acordo com a indústria, a redução na alíquota do IPI teria prejudicado o sistema de créditos tributários, o que traria insegurança jurídica para as empresas. Sendo assim, elas tanto poderiam reduzir investimentos na região, como poderiam deixar o Brasil para se instalar em outra região ou país, já que a produção do xarope seria supostamente inviável sem o benefício fiscal. Publicamente, as ameaças partiram da ABIR, mas há relatos de que algumas companhias, nos bastidores do processo legislativo, fizeram ameaças de retirar investimentos.^{22,38}

O envolvimento da indústria em grupos de trabalho, grupos técnicos e grupos consultivos (EI-GRU) foi evidenciado na reportagem que mencionou a criação da Frente Parlamentar em Defesa da Amazônia,³⁴ mas não há informações de que isso tenha se concretizado. De acordo com o material empírico, o Deputado Delegado Pablo (PSL-AM) estaria articulando a formação de uma frente parlamentar e de um instituto para defender, entre outros, a permanência dos incentivos fiscais na Zona Franca de Manaus. Conforme fala do parlamentar, a ABIR teria a intenção de patrocinar o instituto da Frente, porém a informação foi negada pela associação.³⁴

O argumento de que o setor gera empregos e recursos para a economia (ED-ECO) foi amplamente empregado pela indústria, que mencionou contribuir com uma grande quantidade de impostos no Brasil, para a geração de empregos e para desenvolver a economia do país, além de afirmar que os incentivos favorecem o desenvolvimento da região da ZFM. A ABIR também falou que o polo da ZFM contribui para o desenvolvimento da agricultura familiar, pois os insumos para a fabricação do xarope seriam supostamente produzidos localmente.

Apesar dessas afirmações, estudo realizado no Brasil estimou que um aumento de 10% sobre o custo de produção de bebidas açucaradas não causaria significativos impactos econômicos no país, uma vez que a elevação de preço levaria ao aumento do consumo de outros alimentos ou bebidas.⁴⁹ Além disso, há que se considerar que gastos com saúde pública relacionados ao consumo de bebidas açucaradas, estimados em quase três bilhões de reais ao ano,⁵⁰ não foram incluídos nos cálculos da indústria.

A alegação referente ao aumento dos custos esperados (ED-CIA) foi apresentada pela ABIR e pelo SIAEG. Este último argumentou que a elevação da carga tributária instituída pelo D9394/2018 havia sido abrupta e recaído somente sobre o setor de refrigerantes da ZFM.¹⁷ Este discurso também foi observado na Tailândia,⁴⁵ onde as empresas de refrigerantes estavam entre as que mais realizavam APC.⁴⁵

O argumento da redução de vendas e empregos (ED-VEM) também foi bastante utilizado pela indústria, que afirmou que teria perdas no faturamento e nas vendas, bem como necessitaria cortar empregos diretos em função do D9394/2018. Na Irlanda, onde a tributação de refrigerantes se concretizou em 2018, também foram tecidas considerações sobre o número de empregos potencialmente perdidos.⁵¹ O mesmo pode ser dito em relação a outros estudos realizados na Europa,⁴⁸ Tailândia,⁴⁵ Chile e México.⁹ Apesar disso, uma revisão sistemática publicada em 2020⁵² concluiu que não há evidências de que os impactos econômicos previstos pela indústria se concretizem em função da introdução de políticas tributárias sobre alimentos.

Embora a elevação de custos e queda nas vendas sejam categorias de estratégias discursivas de APC, a questão do aumento dos preços ao consumidor não está elencada na taxonomia. Neste sentido, entendemos que, quando a indústria utiliza o argumento da elevação de preços, sua racionalidade teria um viés “pró-consumidor”. Apesar de, na presente pesquisa, essa prática ter sido menos evidente, estudos apontam que, devido à regressividade dos impostos, a indústria argumenta que a medida impactaria especialmente as pessoas mais pobres.^{5,9,10}

O setor também enfatizou suas boas características (ED-BOA), afirmando que investiu em tecnologias para operar na ZFM e que é responsável pela preservação da Floresta Amazônica. Entretanto, o discurso de sustentabilidade não condiz com a realidade, uma vez que a Coca-Cola, uma das grandes associadas da ABIR, é considerada a maior poluidora por plástico do mundo,⁵³ sem contar o uso intensivo de água e agrotóxicos na produção de insumos e fabricação de seus produtos.⁷ A estratégia pode ser considerada como *greenwashing*, uma vez que a corporação se apresenta como solução para os problemas ambientais, sob o manto do desenvolvimento sustentável e da preservação da Amazônia, e mascara as próprias práticas que causam estas consequências e que ainda prejudicam a saúde humana.

O termo *greenwashing* foi empregado pela primeira vez em 1986 pelo ambientalista Jay Westervelt, em um ensaio sobre as políticas de reutilização de toalhas do setor hoteleiro.⁵⁴ Na ocasião, o autor observou que, embora os hotéis não tivessem políticas ambientais significativas para a redução de seus impactos ambientais, era solicitado que os hóspedes reutilizassem as toalhas para economizar água. Posteriormente, a expressão veio a ser definida como a interseção entre baixa performance ambiental e comunicação positiva sobre desempenho ambiental,⁵⁵ porém há outras definições para o fenômeno.⁵⁶

Não temos conhecimento de estudos que relacionem práticas de *greenwashing* realizadas pela indústria de bebidas açucaradas e APC. Sendo assim, seriam necessárias mais investigações para verificar se este tipo de argumentação já foi utilizado em circunstâncias semelhantes. No entanto, entendemos que, apesar das práticas de *greenwashing* não estarem explicitamente contempladas pela taxonomia de APC, elas poderiam ser consideradas como uma estratégia convergente com aquela de ênfase das boas características da indústria (ED-BOA). Já que inexistente categoria específica para essa prática, optamos por classificá-la nesta categoria da taxonomia, considerando que esta era a intenção do discurso da ABIR.

Apesar de existirem diversos pontos de convergência entre este estudo e outros que analisaram a ocorrência de APC no campo da tributação de bebidas açucaradas, algumas estratégias não foram identificadas em nossos resultados. Entre elas, a prática de porta-giratória,^{42,45} o argumento de Estado-babá,⁹ a ameaça de litigância e retirada de participação em iniciativas de saúde pública,⁴⁸ estratégias de mídia^{42,48} e a elaboração de documentos contra a medida.⁵¹

Vale ressaltar que, diferentemente de outros países, a discussão sobre a restrição de benefícios fiscais aos concentrados produzidos na ZFM não foi orientada por questões de saúde pública. Discutiram-se, principalmente, questões de natureza econômica e política. Sendo assim, pode-se dizer que a indústria não foi instigada a realizar outros tipos de estratégias além das aqui expostas. Além disso, outras APC que ocorreram durante o período analisado não estavam descritas no material empírico examinado, como é o caso da APC de *fronting* e do financiamento de campanhas políticas (incentivos), descritos anteriormente.

Este trabalho traz um recorte de toda a discussão sobre a concessão de benefícios às indústrias de refrigerantes na ZFM, que é bem mais longa e começa antes do período aqui analisado, que representa apenas uma fração deste tempo. De acordo com a ABIR, até o final de abril de 2022, as alíquotas de IPI sobre os concentrados já haviam sido alteradas dez vezes.⁵⁷ Antes da publicação deste artigo, o Decreto nº 11.052/2022 (D11.052/2022) finalmente zerou as alíquotas do IPI dos concentrados, dando fim a este

subsídio. Porém, a medida foi rapidamente revertida pelo STF, que concedeu a Medida Cautelar na Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 7.153, suspendendo os efeitos do D11.052/2022.

Apesar do recorte, este estudo foi capaz de evidenciar diversas estratégias de APC descritas no referencial teórico que o sustenta. Também mostrou semelhanças e diferenças entre a experiência internacional em tributação de alimentos não saudáveis e o cenário brasileiro, bem como apresentou a perspectiva de haver uma categoria de APC que contemple o *greenwashing* e o argumento de que a elevação de preços prejudicaria os consumidores. Além disso, a identificação de diferentes estratégias de APC é uma etapa importante na reflexão e construção de medidas e narrativas que busquem prevenir e enfrentar a interferência indevida da indústria e outros atores comerciais nas políticas de alimentação e nutrição.

Estudos mais compreensivos, que incluam documentos elaborados pela indústria, assim como entrevistas com atores sociais envolvidos no processo de tributação, são necessários para investigar mais profundamente a questão e estabelecer relações que não foram evidenciadas no presente estudo. Ainda assim, a própria natureza de algumas estratégias de APC dificulta sua identificação, já que algumas - em especial as que envolvem agentes públicos (servidores e gestores públicos) e políticos (eleitos) podem envolver comportamentos que não são visíveis.

CONCLUSÃO

Este estudo revelou que a indústria de bebidas açucaradas realizou APC após a edição do D9394/2018, que alterou as alíquotas do IPI em seu desfavor. À semelhança do que foi observado em outros países, durante o período analisado, a indústria formou alianças, praticou *lobby*, manipulou dados e ameaçou retirar investimentos. Além disso, argumentou que a medida tributária causaria prejuízos ambientais e econômicos ao país, bem como perdas para a indústria e de empregos.

A falta de sensibilidade política em relação à tributação de bebidas açucaradas no Brasil continua sendo um desafio, o que pode reduzir a probabilidade de que os subsídios às bebidas açucaradas da ZFM sejam extintos, mesmo no contexto da reforma tributária que está em curso.⁵⁸ Assim, o reconhecimento das estratégias de APC se mostra útil para pautar o debate e a incidência política dos atores comprometidos com o interesse público nos processos decisórios que envolvem a saúde pública, dentre eles a tributação de bebidas açucaradas e alimentos não saudáveis.

REFERÊNCIAS

1. Malik VS, Hu FB. Sugar-Sweetened Beverages and Cardiometabolic Health : An Update of the Evidence. *Nutrients* [Internet]. 2019;11(1840):1-17. <https://doi.org/10.3390/nu11081840>.
2. Meng Y, Li S, Khan J, Dai Z, Li C, Hu X, et al. Sugar- and Artificially Sweetened Beverages Consumption Linked to Type 2 Diabetes, Cardiovascular Diseases, and All-Cause Mortality: A Systematic Review and Dose-Response Meta-Analysis of Prospective Cohort Studies. *Nutrients* [Internet]. 2021;13(8). <https://doi.org/10.3390/nu13082636>
3. Zhang YB, Jiang YW, Chen JX, Xia PF, Pan A. Association of Consumption of Sugar-Sweetened Beverages or Artificially Sweetened Beverages with Mortality: A Systematic Review and Dose-Response Meta-Analysis of Prospective Cohort Studies. *Adv Nutr* [Internet]. 2021;12(2):374-83. <https://doi.org/10.1093/advances/nmaa110>

4. World Health Organization. Taxes on sugary drinks: Why do it? Together Let's Beat NCDs Info Broch [Internet]. 2017;2-5.
5. World Cancer Research Fund International. Building momentum: lessons on implementing a robust sugar sweetened beverage tax. World Cancer Res Fund Int [Internet]. 2018;1-32. [Acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://www.wcrf.org/wp-content/uploads/2024/11/PPA-Building-Momentum-Report-WEB.pdf>
6. Carriedo A, Lock K, Hawkins B. Policy Process and Non-State Actors' Influence On The 2014 Mexican Soda Tax. Health PolicyPlan [Internet]. 2020;35(8):941-52. <https://doi.org/10.1093/heapol/czaa060>.
7. Hassan B. Tributação de bebidas e alimentos não saudáveis no mundo: experiências internacionais e seus impactos [Internet]. São Paulo: ACT Promoção da Saúde; 2021. 142 p.
8. Swinburn BA, Kraak VI, Allender S, Atkins VJ, Baker PI, Bogard JR, et al. The Global Syndemic of Obesity, Undernutrition, and Climate Change: The Lancet Commission report. Lancet [Internet]. 2019;393(10173):791-846. [http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)32822-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736(18)32822-8)
9. Carriedo A, Koon AD, Encarnación LM, Lee K, Smith R, Walls H. The political economy of sugar-sweetened beverage taxation in Latin America: lessons from Mexico, Chile and Colombia. Global Health [Internet]. 2021;17(5):1-15. <https://doi.org/10.1186/s12992-020-00656-2>
10. Sainsbury E, Magnusson R, Thow AM, Colagiuri S. Explaining resistance to regulatory interventions to prevent obesity and improve nutrition: A case-study of a sugar-sweetened beverages tax in Australia. Food Policy [Internet]. 2020;93(January 2019):101904. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2020.101904>
11. Mariath AB. Financiamento de campanhas eleitorais e lobby da indústria de bebidas açucaradas e seus insumos no Congresso Nacional. Universidade de São Paulo; 2021. <https://doi.org/10.11606/T.6.2021.tde-20042021-184615>
12. Mariath AB, Martins APB. Decade of action on nutrition and sugary drinks taxation in Brazil: where are we? Cad Saude Publica [Internet]. 2021;37(7). <https://doi.org/10.1590/0102-311X00157220>
13. Brasil. Decreto-lei nº 356, de 15 de agosto de 1968. [Internet]. Presidência da República; 1968. [Acesso em 06 jun 2024]. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1960-1969/decreto-lei-356-15-agosto-1968-376155-normaatualizada-pe.html>
14. Peres J. Com a Coca, tudo fica em família. O joio e o trigo [Internet]. 2017 Oct;[acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://ojoioeotrigo.com.br/2017/10/com-coca-tudo-fica-em-familia/>
15. Peres J. Toma essa: os bilhões que damos todos os anos à indústria de refrigerantes. O joio e o trigo [Internet]. 2017 Oct;[acesso 06 jun. 2024]. Disponível em: <https://ojoioeotrigo.com.br/2017/10/toma-essa-os-bilhoes-que-damos-todos-os-anos-industria-de-refrigerantes/>
16. Peres J. No Senado, Receita desmente dados da indústria de refrigerantes. O joio e o trigo [Internet]. 2018 Jun;[acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://ojoioeotrigo.com.br/2018/06/no-senado-receita-desmente-dados->

da-industria-de-refrigerantes/

17. Brasil. Audiência pública da Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) para debater propostas para sustar o decreto que altera a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados (TIPI). [Internet]. YouTube; 2018.[Acesso 06 jun.2024]. Disponível em:
https://www.youtube.com/watch?v=z1D_ZaBSOyY&t=6s&ab_channel=TVSenado
18. Mariath AB, Baraldi LG, Martins APB. Electoral campaign contributions: an obstacle to health-related sugary drinks regulation in Brazil? The case of the Chamber of Deputies. Public Health Nutr [Internet]. 2021 Dec 27;1-23.
<https://doi.org/10.1017/s1368980021005036>
19. Mialon M, Cediel G, Jaime PC, Scagliusi FB. A consistent stakeholder management process can guarantee the 'social license to operate: Mapping the political strategies of the food industry in Brazil. Cad Saude Publica [Internet]. 2021;37:1-19. <https://doi.org/10.1590/0102-311x00085220>
20. Baysinger BD. Domain Maintenance as an Objective of Business Political Activity: An Expanded Typology. Acad Manag Rev [Internet]. 1984 Apr 26;9(2):248-58. <https://doi.org/10.5465/amr.1984.4277642>
21. Mialon M, Julia C, Hercberg S. The policy dystopia model adapted to the food industry: the example of the Nutri-Score saga in France. World Nutr [Internet]. 2018;9(2):109-20. <https://doi.org/10.26596/wn.201892109-120>
22. Prado M. Temer cede à pressão e restitui parte do benefício a refrigerantes em 2019. Folha de São Paulo [Internet]. 2018 Sep; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/09/temer-cede-a-pressao-e-restitui-parte-do-beneficio-a-refrigerantes-em-2019.shtml>
23. Di Cunto R, Graner F. Ação de Bolsonaro frustra deputados. Valor Econômico [Internet]. 2020; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2020/01/08/acao-de-bolsonaro-frustra-deputados.ghml>
24. Brasil. Audiência Pública na Comissão de Finanças e Tributação (CFT) da Câmara de Deputados ocorrida em 27.11.2018. [Internet]. Câmara dos Deputados; 2018.[Acesso 06 jun.2024]. Disponível em:
<https://escriba.camara.leg.br/escriba-servicosweb/html/54157>
25. Cucolo E. Bolsonaro eleva benefício fiscal para a indústria de refrigerantes. Folha de São Paulo [Internet]. 2019 Jul; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/07/bolsonaro-eleva-beneficio-fiscal-para-industria-de-refrigerantes.shtml>
26. Gomes PH. Empresas de refrigerantes alegam que mudanças no IPI aumentarão custos e provocarão demissões. O Globo [Internet]. 2021 Jun; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/empresas-de-refrigerantes-alegam-que-mudancas-no-ipi-aumentarao-custos-provocarao-demissoes-22772809>
27. Caram B. Projeto que restabelece benefício a fabricantes de refrigerante avança no Senado. Folha de São Paulo [Internet]. 2018 Jun; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em:
<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/06/projeto-que-restabelece-beneficio-a-fabricantes-de-refrigerante-avanca-no-senado.shtml>

28. Caram B. Senado aprova projeto que restabelece benefício a fabricantes de refrigerante. Folha de São Paulo [Internet]. 2018 Jul; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/senado-aprova-projeto-que-restabelece-beneficio-a-fabricantes-de-refrigerante.shtml>
29. Prado M, Wiziack J. Receita investiga a Coca-Cola por fraude no faturamento com xarope. Folha de São Paulo [Internet]. 2018 Jul; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/receita-investiga-a-coca-cola-por-fraude-no-faturamento-com-xarope.shtml>
30. Di Cunto R, Ribeiro M, Simão E. Acordo devolve incentivo para refrigerante. Valor Econômico [Internet]. 2018 Aug; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2018/08/17/acordo-devolve-incentivo-para-refrigerante.ghtml>
31. Prado M, Wiziack J. Coca-Cola ameaça deixar Brasil se não recuperar subsídio na Zona Franca. Folha de São Paulo [Internet]. 2018 Aug; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/08/coca-cola-ameaca-deixar-brasil-se-nao-recuperar-subsidio-na-zona-franca.shtml>
32. Araújo C, Pupo F. Governo vai manter corte de benefício a refrigerantes. Valor Econômico [Internet]. 2018 Sep; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2018/09/21/governo-vai-manter-corte-de-beneficio-a-refrigerantes.ghtml>
33. Ventura M. Decreto restabelece parcialmente benefícios para refrigerantes. O Globo [Internet]. 2019 Jul; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/decreto-restabelece-parcialmente-beneficios-para-refrigerantes-23777371>
34. Di Cunto R, Truffi R. Deputado do PSL articula bancada de defesa da Amazônia. Valor Econômico [Internet]. 2019 May; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2019/05/27/deputado-do-psl-articula-bancada-de-defesa-da-amazonia.ghtml>
35. Oliveira F. Fim de incentivos deve diminuir competitividade e ir parar na Justiça, dizem associações. Folha de São Paulo [Internet]. 2018 May; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/05/para-associacoes-fim-de-incentivos-a-exportacao-devem-diminuir-competitividade-e-ir-parar-na-justica.shtml>
36. Di Cunto R, Graner F, Pupo F. Governo avalia alíquota intermediária para concentrado de refrigerante da ZFM. Valor Econômico [Internet]. 2018 Jul; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2018/07/12/governo-avalia-aliquota-intermediaria-para-concentrado-de-refrigerante-da-zfm.ghtml>
37. Di Cunto R, Graner F. Pepsico deixa Zona Franca de Manaus. Valor Econômico [Internet]. 2018 Dec; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2018/12/04/pepsico-deixa-zona-franca-de-manaus.ghtml>
38. Di Cunto R, Graner F. Bancada do Amazonas pressiona Guedes por incentivos a refrigerantes. Valor Econômico

[Internet]. 2019 Apr; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em:
<https://valor.globo.com/politica/noticia/2019/04/01/bancada-do-amazonas-pressiona-guedes-por-incentivos-a-refrigerantes.ghml>

39. Di Cunto R, Graner F. Bancada do AM pede volta de incentivo a refrigerantes. Valor Econômico [Internet]. 2019 Apr; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2019/04/02/bancada-do-am-pede-volta-de-incentivo-a-refrigerante.ghml>
40. Doca G, Martinez-Vargas I. Sob pressão de empresários, parlamentares articulam redução de IR sobre dividendos. O Globo [Internet]. 2021 Jul; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/sob-pressao-de-empresarios-parlamentares-articulam-reducao-de-ir-sobre-dividendos-25097069>
41. Cunha J. Brasil tem potencial, mas não podemos depender só de renda, diz presidente da Ambev. Folha de São Paulo [Internet]. 2019 May; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em:
<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/05/brasil-tem-potencial-mas-nao-podemos-depender-so-de-renda-diz-presidente-da-ambev.shtml>
42. Mialon M, Gaitan Charry DA, Cediél G, Crosbie E, Baeza Scagliusi F, Pérez Tamayo EM. “The architecture of the state was transformed in favour of the interests of companies”: corporate political activity of the food industry in Colombia. Global Health [Internet]. 2020;16(1):1–16. <https://doi.org/10.1186/s12992-020-00631-x>
43. Hillman AJ, Hitt MA. Corporate political strategy formulation: A model of approach, participation, and strategy decisions. Acad Manag Rev [Internet]. 1999;24(4):825–42. <https://doi.org/10.2307/259357>
44. Ulucanlar S, Fooks GJ, Gilmore AB. The Policy Dystopia Model: An Interpretive Analysis of Tobacco Industry Political Activity. PLoS Med [Internet]. 2016;13(9):1–21. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1002125>
45. Jaichuen N, Phulkard S, Certthkrikul N, Sacks G, Tangcharoensathien V. Corporate political activity of major food companies in Thailand: An assessment and policy recommendations. Global Health [Internet]. 2018;14(1):1–11. <https://doi.org/10.1186/s12992-018-0432-z>
46. Salazar M. Interferencia de la industria en las propuestas de implementacion de sellos frontales de advertencias 2017-2018 [Internet]. 2018.[Acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://educarconsumidores.org/wp-content/uploads/2020/04/6.-Interferencia-de-la-Industria.pdf>
47. World Cancer ResearchFund International. Health-related food taxes [Internet]. Nourishing Database. 2022. [Acesso 06 jun.2024]. Disponível em: https://policydatabase.wcrf.org/level_one?page=nourishing-level-one#step2=2#step3=315
48. Thow AM, Rippin HL, Mulcahy G, Duffey K. Sugar-sweetened beverage taxes in Europe: learning for the future. Eur J Public Health [Internet]. 2022;32(2):273–80. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckab211>
49. Balbinotto G, Cardoso L. Measuring the Economic Impact Of Ssb Taxes In Brazil: An Input-Output Analysis. ValueHeal [Internet]. 2016;19(3):A101. <https://doi.org/10.1016/j.jval.2016.03.1728>

50. Alcaraz A, Vianna C, Bardach A, Espinola N, Perelli L, Balan D, et al. O lado oculto das bebidas açucaradas no Brasil. 2020;6.[Acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://actbr.org.br/uploads/arquivos/IECS-e-Infografias-bebidas-azucaradas-Brasil.pdf>
51. Campbell N, Mialon M, Reilly K, Browne S, Finucane FM. How are frames generated? Insights from the industry lobby against the sugar tax in Ireland. Soc Sci Med [Internet]. 2020;264(July):113215. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113215>
52. Mounsey S, Veerman L, Jan S, Thow AM. The macroeconomic impacts of diet-related fiscal policy for NCD prevention: A systematic review. Econ Hum Biol [Internet]. 2020;37:100854. <https://doi.org/10.1016/j.ehb.2020.100854>
53. Break free from plastic. Branded vol III - Demanding Corporate Accountability for Plastic Pollution. 2020. [Acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://brandaudit.breakfreefromplastic.org/brand-audit-2020/>
54. Pearson J. Are we doing the right thing? Leadership and prioritisation for public benefit. J Corp Citizsh [Internet]. 2010;(37):37-40. [Acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/jcorpciti.37.37>
55. Delmas MA, Burbano VC. The Drivers of Greenwashing. Calif Manage Rev [Internet]. 2011;54(1):64-87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
56. de Freitas Netto SV, Sobral MFF, Ribeiro ARB, Soares GR da L. Concepts and forms of greenwashing: a systematic review. Environ Sci Eur [Internet]. 2020;32(1). <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
57. Brandão R. Decreto que zera IPI de concentrados de refrigerantes gera insegurança jurídica, diz Abir. Valor Econômico [Internet]. 2022; [acesso 06 jun.2024]. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2022/04/29/decreto-que-zera-ipi-de-concentrados-de-refrigerantes-gera-insegurana-jurdica-diz-abir.ghtml>
58. Brasil, MDICS. Reforma tributária garante IPI da Zona Franca de Manaus e criação de fundo para Amazônia Ocidental e Amapá [Internet]. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, 2023;[acesso 06 jun.2024]. Disponível em: [reforma-tributariahttps://www.gov.br/suframa/pt-br/publicacoes/noticias/-garante-ipi-da-zona-franca-de-manaus-e-criacao-de-fundo-para-amazonia-ocidental-e-amapa](https://www.gov.br/suframa/pt-br/publicacoes/noticias/-garante-ipi-da-zona-franca-de-manaus-e-criacao-de-fundo-para-amazonia-ocidental-e-amapa)

Colaboradores

Alves ARS, de Carvalho CMP, Moura BG, de Castro IRR participaram de todas as etapas, desde a concepção do estudo até a revisão da versão final do artigo.

Conflito de Interesses: As autoras declaram não haver conflito de interesses.

Recebido: 04 de junho de 2024

Aceito: 13 de janeiro de 2025