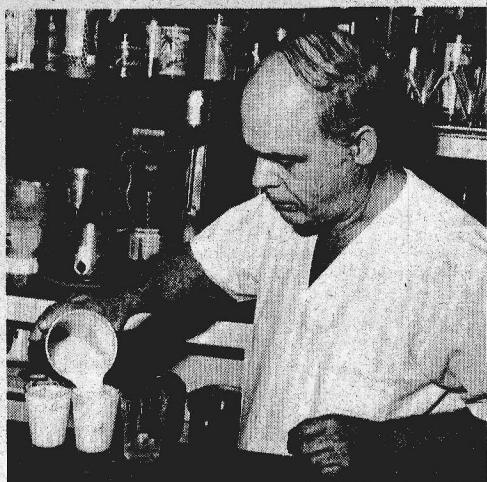




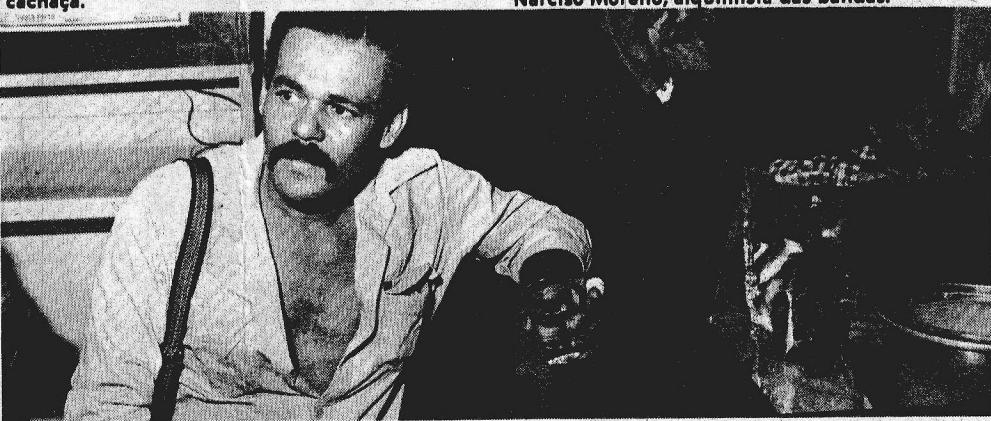
O Bar das Batidas: 33 anos sem queda no consumo de cachaça.



Narciso Moreno, alquimista das batidas.



Aldo diminui. Mas não abandona.



José Rotilho não acha caro

## Bebendo, bebendo. Sem fazer cara feia para os preços.

Aumento no preço da dose de cachaça é como reajuste dos combustíveis: todos reclamam mas continuam enchendo o tanque e o consumo médio global não apresenta queda. Por isso, a elevação no preço da dose da branquinha — que passou de Cz\$ 6 para Cz\$ 10 — não está representando redução significativa e também não ameaça o segundo lugar que o Brasil detém no consumo de destilados fortes (dez garrafas/ano per capita, segundo o Institute of Wine and Spirit Record, da Inglaterra). Aliás, em destilados, só perdemos para a Hungria, cujo consumo é de 15,8 litros/ano per capita.

— Não senti alterações em termos de consumo nestes últimos tempos, sócio — diz Narciso Moreno do bar das Batidas. — O brasileiro tem por hábito gastar e não guardar. Quando não tem dinheiro, faz o possível para poder gastar.

Enquanto faz sua “alquimia” mais famosa, a batida de coco, Moreno diz que está no mesmo lugar em Pinheiros há 33 anos (ao lado da Igreja) e não se lembra muito de quedas em termos de consumo. Vendendo bebidas e petiscos de segunda a segunda, não tem constatado nem mesmo reclamações sobre os preços. Já na quarta batida, o Tatá, como pede para ser identificado, é um dos fregueses antigos da casa e garante: “Não reparei em nenhuma redução no con-

sumo de cachaça ou de batida. Eu mesmo não diminui”.

No supermercado Carrefour-Pinheiros, em maio, foram vendidos mais de 15 mil litros — marcas 51 e Velho Barreiro — enquanto em junho registraram-se vendas de 28 mil litros. O crescimento das vendas é explicado pela motivação do consumidor mediante esquemas promocionais com preços maius baixos. Segundo dados oficiais, no Brasil consomem-se anualmente cerca de 2 bilhões de litros de cachaça, mas a associação Brasileira de Bebidas admite que milhões de garrafas entram clandestinamente no mercado, todos os anos, procedentes de pequenas destilarias.

O motorista Narciso José da Silva toma seu aperitivo todos os dias depois de “largar o serviço”, hábito que não mudou com o reajuste no preço da dose e do litro: “Não deixo de tomar minha dose e de manter meu estoque em casa. Afinal, é a melhor das bebidas”, assegura.

Para o carreteiro José Rotilho, um bebedor eventual “não é caro” pagar Cz\$ 8 ou Cz\$ 10 a dose. Afirma não ter conhecimento de queda no consumo e que não ouviu ninguém dizer que deixou de tomar o aperitivo antes do almoço ou do jantar porque o preço subiu.

O único a admitir ter “reduzido” o consumo foi Aldo Gudelevicius que, não contou tomado uma branquinha com a mesma frequência, ao deixar o trabalho, porque o preço subiu. Declara também ter diminuído o estoque do produto em casa, mas, assim mesmo, segue com o que chama de consumo moderado.

Dados dos distribuidores indicam que os destilados tiveram uma grande alta de comercialização no ano passado, quando o crescimento do mercado, que em 85 tinha sido de 11,03%, pulou para 24,07% durante o período de euforia de vendas com o Plano Cruzado e o congelamento.

Mas o aumento do consumo pode também ocorrer em épocas econômicas de depressão segundo psiquiatras e as estatísticas. Para os voluntários que atuam na irmandade Alcoólicos Anônimos, 10% da população brasileira sofre da doença chamada alcoolismo, que afeta não apenas as camadas mais baixas, mas as classes médias e alta. “Não creio que seja só na crise que se beba mais. Em todos os períodos consumem-se bebidas alcoólicas”, diz Hugo, que é o porta-voz do grupo, ao manifestar preocupação com os casos de mulheres alcoólatras, que triplicaram nos últimos tempos, e dos jovens que eram exceção e agora estão se tornando rotina.