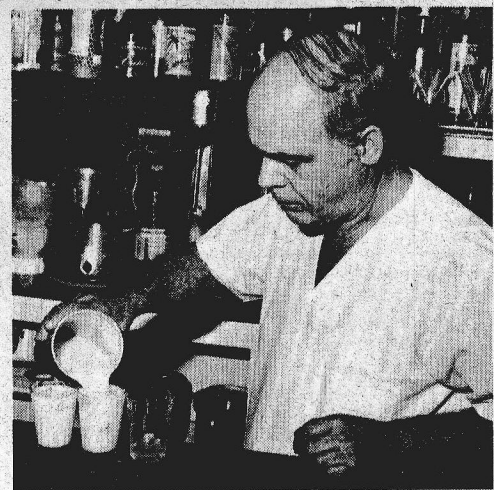




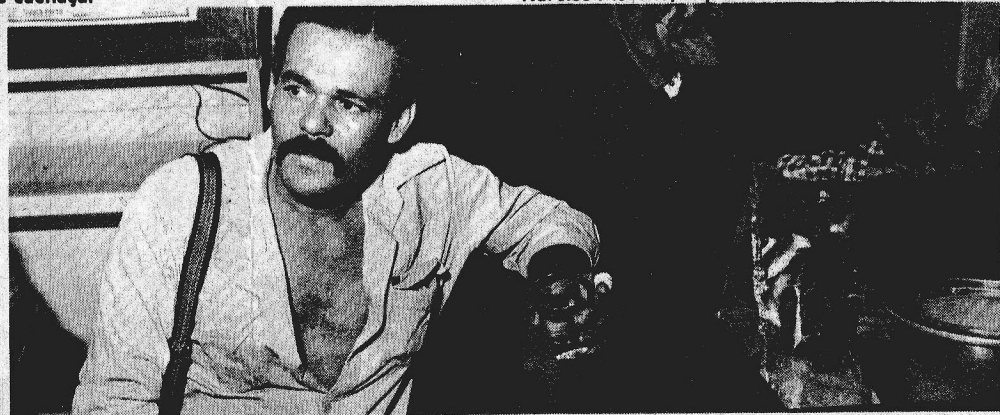
O Bar das Batidas: 33 anos sem queda no consumo de cachaça.



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 diminuí”.

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 mais 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. Afirmar 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 continuou tomando 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 consomem-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.