



# Conjuntura Cafeeira

PLÍNIO CAVALCANTI de ALBUQUERQUE

CAPÍTULO IV

## POLÍTICA DA QUALIDADE DO CAFÉ BRASILEIRO

(Cont. de número anterior)

34. O problema da qualidade do café brasileiro deve ser equacionado com urgência, coragem, efetivo interesse e objetividade. Não pode esse equacionamento ser mais retardado por considerações de deficiências regionais da produção.

35. Devemos partir da premissa de que o café não é comercialmente um produto homogêneo. A diferenciação, por força da qualidade, é cada vez mais acentuada. No seu comércio internacional se distinguem os mercados, com características próprias relativas a preço e preferências do consumo, de cafés finos que recebem a expressão genérica de «suaves» ou «milds»; de cafés de qualidade média em cuja classificação se procuram incluir os «céfés terroiro» do Brasil, cuja bebida vai do «stritamente moles», em proporção pequena, ao «duro» em sua generalidade e até ao «criado» e «rio»; e, finalmente os cafés inferiores constituídos dos «robustas».

O mercado de cafés finos cobre as áreas de consumo dominantes, como os Estados Unidos e a Alemanha, que consomem, em conjunto, mais de 60 por cento do total exportado.

Nesses países, a produção brasileira já se tornou residual, isto é, o nosso abastecimento praticamente se destina a suprir a procura insatisfeita do consumidor em relação ao «mild».

A preferência daqueles grandes mercados consumidores pelo produto «mild» de origem colombiana, centro-americana e de Kênia explica satisfatoriamente o processo de acumulação dos saldos invendáveis no nosso país (32).

Convém acentuar que a tendência do consumo é de maiores exigências qualitativas, pois são mercados de alto poder de compra e a conjuntura dos preços do café é de rebaixa.

36. A qualidade média e não superior do nosso produto limita extror-

dinariamente a capacidade competitiva do Brasil para a recuperação de mercados.

Em pouco mais de 30 anos sua posição relativa no consumo mundial passou de 70 por cento para menos de 50 por cento. E continuaremos a perder clientes, se não criarmos corajosa mentalidade de qualidade e ela só se formará mediante acentuado sistema de estímulos econômicos para o bom produtor e forte mecanismo de repressão à produção de baixo nível técnico.

Os dados comparativos das importações norte-americanas e alemãs comprovam expressivamente o seguinte: a crescente diferenciação qualitativa daqueles mercados criou um aumento particular da inelasticidade da procura em relação ao produto brasileiro. Passámos de 62,9 por cento no decênio 1928/38 para uma exportação de 43,8 por cento no decênio 1951/60 nos Estados Unidos; na Alemanha, nos mesmos períodos, o declínio foi de 40,3 por cento para 29,4 por cento (33).

37. Mas não sofremos apenas a concorrência da qualidade «mild». Passamos a sofrer a concorrência, já inquietante, do «robusta».

Relativamente até há bem pouco tempo o café africano desse tipo só encontrava procura substancial nos mercados metropolitanos, como por exemplo a França, onde se constituem, a favor desse café, políticas de importação fortemente discriminatórias.

Hoje, através do solúvel, ele penetrou em mercados como os Estados Unidos e, em vários mercados europeus, em detrimento dos nossos fornecimentos (34).

38. Seria forte erro de apreciação atribuir a insatisfação da procura do «robusta» em função apenas dos níveis de seus preços, abaixo dos preços dos cafés inferiores do Brasil.

A classificação do café africano, sensivelmente melhorada (35), contribui também para despertar o interesse da indústria do solúvel e, em escala menor, do próprio consumidor do café regular.

Não há dúvida sobre o acerto de orientação assumida pela produção do café brasileiro, não sómente no campo do preço como ainda no terreno do preparo ou limpeza do café.

Acentua-se mais que o café inferior do Brasil, do tipo «criado», que é o principal concorrente do africano, é entre nós o de pior classificação, circunstância que tem fortalecido extraordinariamente a capacidade de competição do «robusta».

39. A política interna do café brasileiro tem sido executada com perigosas distorções. Embora a Junta Administrativa do I.B.C. procure criar mecanismos diferenciadores e de estímulos à qualidade, na prática, não tem havido funcionamento satisfatório.

Para a aquisição dos cafés da «Série de Consumo Interno» fixou a Junta escala de preços em função do preparo do produto. A política, entretanto, de intervenção do I.B.C. para compra generalizada da safra em comercialização, idealizada e executada sem a menor participação daquele colegiado, tem sido desastrosa pois se trata de uma política de compras maciças sem qualquer classificação, inutilizando toda a propaganda já feita para o incentivo na produção do café fino.

40. A produção brasileira não é de bebida uniforme. Falta-lhe a uniformidade que caracteriza a plantação colombiana, por exemplo, onde se torna possível a denominação de «MAMS» extensiva às três principais classificações, apenas regionais (Manizales, Medellín e Armeria).

41. Os fatores da bebida escapam ao controle do produtor. Não se obtêm nas zonas de café «criado» um produto de bebida «mole» quaisquer que sejam os cuidados especiais de colheita, de secagem ou catação, a não ser que se faça a colheita do «ceceira» no mesmo dia se despolpe (36).

Para aumento da produção de café fino, em bebida, o que temos a fazer é estimular, em escala de preferência na aplicação dos recursos existentes, o programa da renovação nas regiões próprias dessa bebida, como por exemplo a Alta Mogiana em São Paulo e o Sul de Minas Gerais. Constituem o «belto» ideal no Brasil de café de bebida suave ou mole. Nessas áreas, sem cuidados especiais de colheita, derriçado e mes-

Os melhores tecidos de algodão são vendidos pelas afamadas  
**CASAS PERNAMBUCANAS**

A maior organização brasileira no comércio de tecidos. As últimas novidades em côres e padronagens!

Preços fixos — Seriedade absoluta

**CASAS PERNAMBUCANAS**

onde todos compram