

seriamente comprometida no futuro próximo, além de ter aliado o Brasil do mercado internacional como grande fornecedor de café. Hoje, o Brasil passou a exportador residual do produto, caindo de uma posição em que detinha 70 por cento do fornecimento internacional para pouco mais de 20 por cento.

A volta da política de sustentação de mercado, com financiamento adequado à atividade e formação de estoques de segurança em mãos de áreas privadas, ligadas à produção, e um processo de intervenção controlado, que tenha por fim apenas o papel de regulador de mercado estão entre as principais reivindicações do setor cafeeiro.

Os países consumidores continuam a valer-se da fraqueza e da aparente incapacidade dos países produtores serem amparados por seus governos em sua atividade. Essa a razão, por exemplo, que levou o Brasil a abandonar a política de sustentação de mercados, segundo o vice-presidente da Sociedade Rural Brasileira e presidente da Associação Paulista de Cafeicultores, José Francisco Malta.

Com isso, os compradores, mais fortes, impõem baixas nos preços, e formam estoques para posteriormente elevar suas cotações. Na prática, acabam transferindo aos produtores os prejuízos de mercado. Estes, mais fracos, sem apoio governamental, não tem como impedir esse círculo vicioso.

Em 1977, por exemplo, aponta Malta, os preços do café chegaram a 400 dólares por saca, com o mercado comandado pelos importadores norte-americanos: E no início da safra, eles jogaram os preços a 180 dólares por saca. Como haviam comprado café bem antes da grande alta, conseguiram formar preço médio mais baixo, cerca de 20 por cento, transferindo essa baixa ao consumidor americano. E os produtores e consumidores foram os prejudicados.

Partindo desse quadro, o líder rural defende a necessidade da volta da política de defesa de mercado, mediante a formação de estoques e financiamento ao produtor. Somente dessa forma, a cafeicultura brasileira poderá impedir as grandes oscilações de preços, permitindo que o produtor se beneficie da valorização do produto e se sinta encorajado a prosseguir na sua atividade, investindo em sua melhoria.

Há várias formas de defesa de mercado, segundo José Francisco Malta. As mais conhecidas são: 1) direta, com o governo comprando tudo e

colocando nos armazéns do IBC; 2) mediante interventores, que comprem, internamente, com recursos fornecidos pelo governo, de forma a manter o mercado firme e estável; 3) mediante sistema de cotas, com estoques nos portos, financiados até determinado volume; e, 4) através de financiamento maior ao produtor.

Externamente, não existe possibilidade de se realizar defesa do mercado, já que o volume de recursos é muito grande, e o poder de compra dos importadores (geralmente os grandes torrefadores norte-americanos) é bem superior à nossa capacidade financeira e gerencial.

Malta discorda também da tese de que o café tenha aumentado muito de preço. Para ele, o consumidor norte-americano experimentou uma inflação de 250 por cento no período de 1958 a 1976, sendo que nesse mesmo período o café quase não se elevou, além de ter vivido num período de superprodução de café. Portanto, ele diz que o preço do café não pode ser considerado exagerado.

Participação do café brasileiro no consumo mundial.
Em milhões de sacas.

	1900	1920	1930	1940	1950	1960	1970
	%	%	%	%	%	%	%
B	13,81	13,76	14,58	11,52	15,48	17,38	17,23
M	16	20	25	21,5	32	45	54

Obs.: B — compras do Brasil
M — consumo mundial

Tabela elaborada com dados da OIC