



# Cafés bem apresentados: benefício para o país e vantagem para os produtores

FRUTOS DA CAMPANHA PROMOVIDA PELO I. B. C.  
— COLHER BEM E BENEFICIAR DEVIDAMENTE

Não há unanimidade de opiniões em torno às possíveis repercussões da recente criação do mercado comum europeu, abrangendo as colônias africanas, sobre a economia da América Latina. Ao passo que alguns observadores consideram que a medida poderá vir a se refletir de forma desastrosa nas nossas exportações, devido à prioridade assegurada às vendas concorrentes da África, outros entendem que o mercado comum não encerra tal perigo, podendo mesmo determinar maior movimento de trocas entre a Europa e o resto do mundo, favorecendo, dessa forma as exportações da América Latina.

Seja como for não se lê necessária a criação do mercado comum para chamar a nossa atenção sobre o perigo que a produção africana representa para os países da América Latina. Se tivémos presente que a participação da África na produção exportável de café, subiu de 7% no período 1935-36 — 1939-40 para 22% no ano agrícola de 1956-57, veremos que o crescimento da produção de café do Continente Negro vem se desenvolvendo num ritmo capaz de despertar as nossas preocupações. Tanto mais que nesse período a posição do Brasil alterou-se de maneira sensível, passando o nosso país de fornecedor de 62% para vendedor apenas 35% do total.

Essa modificação substancial que se está operando em detrimento da nossa economia cafeeira, há de ter as suas razões. Não se trata, convém deixar claro, de um fenômeno ocasional mas sim de uma redução continuada, que se faz sentir, de ano para ano, de forma mais intensa. Portanto, o que cabe aos responsáveis pela nossa economia cafeeira apreciar antes de mais nada são as causas determinantes dessa situação para, em seguida, cuidar de corrigi-las devidamente. O caminho está, desde logo, em eliminar as causas para suprimir os efeitos, representados, no caso, pela perda de mercados para a nossa produção.

## MELHOR APRESENTAÇÃO DO PRODUTO

Ora, nesta altura dos acontecimentos não podem mais pairar dúvidas quanto às razões da crise apontada. São elas, essencialmente, de padrão do café vendido, o qual na opinião dos compradores internacionais é inferior ao dos cafés de outras procedências. O produto brasileiro situa-se, por isso mesmo, numa posição inferior na concorrência mundial. Os compradores tratam de obter, de preferência, os cafés de melhor apresentação só passando a comprar os brasileiros quando não mais encontram o artigo de sua predileção.

A melhor apresentação dos cafés concorrentes do Brasil é um fato da maior importância. O Instituto

Brasileiro do Café, partindo desta constatação, resolveu empreender uma campanha de âmbito nacional, destinada a melhorar as falhas apresentadas pelos nossos cafés. Na verdade, a experiência de todos os dias está a indicar que só lograremos enfrentar a concorrência que nos está desalojando dos mercados, na medida em que pudermos oferecer cafés do mesmo padrão dos que hoje são preferidos pelos compradores.

Dá o esforço empreendido pelos técnicos da cultura cafeeira, no sentido de obterem a melhoria do padrão dos cafés produzidos no país. Essa melhoria há de decorrer da renovação dos métodos agrícolas, particularmente, dos relacionados com a colheita e o beneficiamento do grão. Sem desconhecer a importância de que se reveste para o maior rendimento e a produção econômica das lavouras, a renovação dos cafezais e a respectiva cultura em bases modernas, temos de considerar que a colheita e o benefício acertados poderão, desde logo, determinar a elevação ponderável do padrão de apresentação dos cafés vendidos no exterior.

## COLHER BEM E BENEFICIAR DEVIDAMENTE

É preciso ter sempre presente, quando se considera este problema, a verdade proclamada pelos técnicos: o grão de café é a matéria-prima para qualquer tipo de café. Quer dizer, se soubermos trabalhar o grão poderemos obter tanto os cafés atuais, que não conseguimos superar a concorrência, quanto os cafés de padrão elevado, que levarão de vencida essa mesma concorrência. Colher bem e beneficiar devidamente, eis o segredo da alteração substancial no comportamento das nossas exportações, do qual vai depender, em última instância, a vitória na batalha em pleno desenvolvimento.

O que precisa ser devidamente assinalado é que a campanha do I. B. C. já deu, na prática, a medida do seu acerto. Os numerosos lavradores que atenderam ao apelo dos técnicos e passaram a colher e beneficiar os grãos de forma adequada, viram como os cafés melhor apresentados são vendidos com facilidade e a preços compensadores. Como negócio, o esmero em apresentar o produto é dos mais atraentes. O preço elevado obtido basta para compensar, largamente, os capitais e os trabalhos aplicados no processo de aperfeiçoamento. Dá a necessidade de estimular a campanha e generalizá-la a todos os produtores, não apenas para benefício do país mas também para vantagem dos produtores.