Es de sobras conocido que Brasil sigue siendo el mayor cultivador de café del mundo. No se sabe tanto que su producción es también la más surtida en sabores y aromas. Por ello, en una época en que la exigencia de cafés de calidad va en aumento, sorprende que «el rey del café» prescinda en sus exportaciones de ese segundo aspecto. En la entrevista con, el cónsul general de Brasil en Barcelona, Renato L. R. Marques, experto en comercio exterior, hemos intentado desvelar algunas de las razones de ese descuido.

Renato L.R. Marques,

cónsul de Brasil en Barcelona:

«El caficultor brasileño está más preocupado por el mercado interno que por las exportaciones»

Renato L.R. Marques: Embajador. Licenciado por la Escuela Diplomática de Brasil. Master en Relaciones Internacionales por la Universidad de Georgetown (Washington) y sobre Política Agrícola Común por el Instituto de Estudios Europeos de la Universidad Libre de Bruselas.Actualmente es Cónsul General de Brasil en Barcelona. Sus destinos diplomáticos han sido Montevideo, Washington y Bruselas. En 1993 fue Secretario de Comercio Externo de Brasil, por lo que participó en todas las etapas de la integración entre su país y Argentina, germen del Mercosur, habiendo negociado sus principales instrumentos, como el Tratado de Asunción.

¿Por qué el mayor exportador del mundo hace tan poca promoción exterior de sus cafés?

Es cierto que, desde la desaparición del Instituto Brasilero do Café (ICB) en 1993, la promoción del café brasileño en el exterior ha decaído notablemente. Esta situación se debe fundamentalmente a que el café, desde el punto de vista de la economía nacional, ha perdido la importancia estratégica que, por ejemplo, tenía en las décadas de los 40 o los 50 como captador de divisas. Sin embargo, en este momento ya hay voces en Brasil que critican esta falta de agresividad comercial en la exportación y que reclaman una mayor presencia en los mercados internacionales, como la que tiene, por ejemplo, Café de Colombia.

¿Por qué desapareció el Instituto?

Fue producto de la reforma administrativa que inició hace algunos años el gobierno brasileño. Se promovió la privatización de algunas actividades y se desmanteló todo el aparato de apoyo propagandístico a varias iniciativas, entre ellas las que dependían del ICB, que fue sustituido por la Secretaria Nacional de Economía, que cuenta con una sección dedicada al café. Toda una serie de elementos que antes dependían del Instituto pasaron a mano de los propios exportadores.

A pesar de todo, el café sigue siendo el segundo producto más exportado de Brasil.

Cierto, pero también hay que tener en cuenta que lo es dentro de una gama de productos muy amplia y diversificada. El café supone el 4'6% del total de las exportaciones brasileñas y ocupa el segundo lugar en la lista de exportaciones con 2.250 millones de dólares, después del mineral de hierro y antes que la industria aeronáutica. Brasil ha perdido la dependencia que tenía del café y, por tanto, su importancia política ha disminuido.

¿Da la impresión que la calidad del café no sea un argumento de exportación?

En el fondo, el productor brasileño está actualmente más preocupado por el mercado interno que por las exportaciones. Brasil es el segundo consumidor de café del mundo. Como el propio mercado local es muy grande y remunerador, el caficultor se siente menos tentado que en otros países a buscar nuevos mercados en el exterior, lo que no ocurre en Colombia, donde seguramente el valor estratégico de las exportaciones de café es mayor.

¿El gobierno brasileño está intentando cambiar esa tendencia?

Es difícil porque el aumento de la capacidad adquisitiva de la población hace que los productores dejen de buscar el mercado externo. Evidentemente el gobierno brasileño sabe que el mercado exterior no puede ser sólo una actividad que supla las deficiencias del mercado local, sino que, al contrario, ha de ser una constante. Pese a esa actitud acomodaticia, el gobierno brasileño está intentando fomentar la exportación intentando que haya una mayor agresividad. El concepto es que el producto brasileño sea vendido y no comprado, lo que implica ganarse la confianza del país importador.

«El café ha perdido la importancia estratégica que tenía para la economía brasileña en los años 40 y 50»

Brasil es el principal exportador mundial de café. Su territorio alberga numerosas calidades de café: Sul de Minas, Cerrado Mineiro, Mogiana, Santos..., apenas conocidas por el consumidor español, ¿por qué no se divulgan y promocionan más estas diferentes calidades en los mercados exteriores?

La divulgación de las calidades del café brasileño está a cargo del Proyecto "Cafés do Brasil", que se inició a finales del pasado año a través del convenio entre el Gobierno Federal y la Asociación de las Industrias de Café, con una aportación de 9 millones de Reales, para, en su primera fase, desarrollar a través de un certificado de origen, la implantación de programas de calidad total, prácticas y capacitación profesional de los diversos agentes del agronegocio café. La conclusión de esta etapa será la base para promocionar, en el exterior, los mejores cafés del mundo, con incomparables características de aroma, textura y suavidad.

¿Existe, entonces, la intención de crear una marca que defina la procedencia del café brasileño?

Por las características diferentes de los diversos cafés de calidad producidos en Brasil, no tiene sentido centralizar la promoción en un único producto, por lo que el proyecto en marcha está buscando preservar estas identidades promoviendo los cafés de Brasil, capaces de satisfacer a cualquier paladar en su universalidad. La conclusión de esta primera etapa, será la base para promocionar en el exterior los mejores cafés del mundo.

¿Qué países son los mayores consumidores de café brasileño?

Alemania, Estados Unidos, Italia, Japón, Bélgica, Luxemburgo y España son, por este orden, los mayores importadores. En conjunto, han adquirido cerca de 820 mil toneladas de café brasileño en 1999. El mercado español representó el 4% del total de nuestras exportaciones de cafés arábica y robusta.

El café en Brasil

En la actualidad el café sólo representa entre el 8 y el 10% del Producto Interior Bruto de Brasil, ¿cuál será el panorama del sector dentro de 20 años?

Brasil es el mayor productor mundial de café. La cosecha 1999/2000 alcanzó 27,17 millones de sacos y la previsión de la cosecha que se inició el pasado mes de abril es de 28,9 millones de sacos de café. Brasil está entre las diez primeras economías mundiales. Así la participación del café en el Producto Interior Bruto, al nivel mencionado, es absolutamente significativo. No hay que olvidar que el PIB brasileño es mayor que el de España. De todas formas, la tendencia de que el sector primario tenga reducida su participación en el PIB debe continuar, frente al desarrollo de los sectores secundarios y terciarios. El café no es una excepción.

¿Conocen los brasileños las cualidades de sus cafés?

Se da la paradoja de que el consumidor brasileño lo ignora prácticamente todo de las distintas variedades de café que se producen en el país. Existe muy poca inquietud por conocer el origen geográfico del café o el grado de torrefacción… Su consumo se da por algo tan natural que nadie se cuestiona su calidad.

Entonces, ¿qué criterios siguen para seleccionar el café de acuerdo con sus gustos?

Los eligen por marcas comerciales. Explicaré mi propio caso, que no es una excepción. Durante una temporada que permanecí en Brasilia empecé a tomar un tipo de café que no me gustaba en absoluto. Estuve probando otras marcas hasta que encontré una que me satisfizo. Una vez elegida, no tuve curiosidad por indagar la procedencia del café.

¿Es el "cuerpo" la mejor cualidad de los cafés de Brasil?

A pesar de ser un trazo significativo de los cafés brasileños, las características de su textura no constituyen su aspecto principal. La reducida acidez, que da como resultado una bebida suave y de aroma peculiar, es la más destacada por los conocedores de cafés especiales.

«El consumidor brasileño lo ignora prácticamente todo de las variedades de café que se producen en su país»

¿El fenómeno del café gourmet, tan extendido en Estados Unidos y en Europa, se implantará en su país?

Personalmente lo dudo. La variada oferta interna ha tenido durante años un predominio tan absoluto que el consumidor brasileño ni siquiera se plantea la existencia de otros tipos de cafés. A nadie se le ocurriría en Brasil decir, por ejemplo: «*Quiero comprar un suave de Colombia*». Además, a diferencia de otros productos, la falta de competencia exterior no ha contribuido a fomentar la capacidad de innovación.

¿Los hábitos del consumo de café de los brasileños deben evolucionar muy lentamente?

En este momento, el café exprés sigue siendo una novedad que a pesar de representar un coste más caro que el café filtro cada vez cuenta con más adeptos, sobretodo de las clases de mayor poder adquisitivo. En cierta ocasión el ex canci-

ller de Argentina le decía al nuestro que Brasil cultivaba el mejor café del mundo, pero que ellos producían el mejor café de tomar porque importaban máquinas italianas para los expresos con nuestro café. En estos momentos, la tecnología de la máquina expres contribuye mucho a mantener la calidad del café, ya que incluso en Brasil el precio del café es un elemento determinante. De todas formas, el café filtro brasileño tampoco se parece en nada al café americano, al que llamamos «chafé». Cha por té y fé por café.

¿Por qué existe tan poca cultura del café en Brasil a pesar de que el "cafezinho" pueda considerarse ya como una institución?

El hábito del "cafezinho" es uno de los más fuertes trazos culturales del pueblo brasileño. Está incorporado a la vida cotidiana desde hace mucho tiempo, de manera totalmente espontánea y tiene un patrón de calidad que es de aceptación universal. Su consumo crece sea por el aumento de la población, sea por el crecimiento del poder adquisitivo en el contexto del Plan Real de estabilidad económica.

¿Puede la Asociación Brasileña de Cafés de Especialidad combatir esta tendencia apática?

Es difícil identificar apatía en un hábito que abarca todos los momentos de la vida política, económica y social en Brasil. En todas las reuniones, sea del Gobierno, de políticos, o de empresarios, el "cafezinho" está siempre presente. Ir a tomar un "cafezinho" es un motivo siempre aceptable para interrumpir una rutina y un alibí que está en el origen de varios encuentros románticos. Quizás en ningún otro lugar haría más sentido adoptar la Cantata del Café, de Johan Sebastian Bach, como fondo musical.

¿Ha aumentado el consumo de café robusta?

Las plantaciones de café robusta se destinan básicamente a la transformación en café soluble. Las variedades arábicas son empleadas para el consumo interno y la exportación. Durante un período se importó café africano, pero actualmente ya hay en Brasil plantaciones importantes de café robusta.

No podemos concluir esta entrevista sin preguntarle, señor Cónsul, cual es, en su opinión, la mejor forma de preparar y tomar un café.

Los paladares varían en cuanto al punto de tueste y en las formas de preparación. No obstante, lo fundamental es que sin una materia prima de calidad no existe un café que satisfaga a un consumidor exigente.

Joan Soriano

Fotografías: Jaume Mercader
Cuadros: Portinari