



Perspectivas culturales del consumo del café

Alexandre F. Beltrao*

19902

Introducción

1. Permítanme que exprese, antes de nada, lo mucho que me complace encontrarme hoy aquí y ver plenamente realizada la idea que germinó en la mente de Tadao Ueshima.

Aún recuerdo cuando me enteré, en la exposición de Kobe, de que existía la intención de crear, partiendo del Pabellón Ueshima, un museo y un centro de debates. Con ocasión de la conmemoración de los largos años de actividad del Sr. Ueshima, tuve la satisfacción de ver que la idea del museo se había plasmado ya en la realidad, y ahora tengo el privilegio de participar en este Foro Internacional sobre la Cultura del Café. Me alegra también acompañar en esta ocasión, al Sr. Tatsushi Ueshima, con quien tan a menudo y de modo tan fructífero he venido cooperando a lo largo de los años.

2. Se me ha pedido que haga hoy con ustedes un recorrido de los horizontes culturales del café. Y para ello voy a tratar de situar el café en sus coordenadas históricas, de desarrollo económico y de entorno social. Me propongo en especial trazar un esbozo del sector cafetero, considerar el café como bebida en diferentes épocas y en diferentes sociedades, y concluir con algunas observaciones sobre los retos que actualmente tiene ante sí la economía cafetera.

El café como producto básico

3. Sé que me están escuchando aquí muchos expertos del café y les pido que me disculpen

porque voy a decir algunas cosas que ellos ya sabrán sobre el café en sí, ya que las considero indispensables para el buen entendimiento de lo que va a seguir. La primera es que el café es producto de un árbol que crece en las zonas tropicales libres de heladas, que exige terrenos fértiles y que se desarrolla en condiciones óptimas a elevada altura, si bien hay que hacer notar que, de las dos principales variedades -Arábica y Robusta- la última prospera también en zonas menos elevadas.

4. Producen café actualmente más de 50 países y su cultivo es para muchos de ellos factor económico clave. Es una importante fuente de empleo, ya que son más de 20 millones de personas las que dependen directamente de ese producto. En tiempos normales la exportación de café les proporcionaba a los países productores entre 10 y 12 mil millones de dólares de EE.UU. al año, lo que quiere decir que ocupa el segundo lugar, tras el petróleo, en orden de importancia para el mundo en desarrollo. No debemos olvidar que algunos países, como Etiopía y Uganda, por ejemplo, obtienen del café más de las tres cuartas partes de los ingresos procedentes de sus exportaciones en general. Por todo ello, la producción de café guarda estrecha relación con las estructuras políticas y sociales básicas de los productores. Esa importancia y el hecho de tratarse de un producto de demanda poco elástica en función del precio, ha hecho que existan siempre incentivos para la adopción de medidas de alza o estabilización del precio del café.

5. Hasta comienzos de este siglo, procedía del Brasil el 70 por ciento de la producción mundial de café, y se cultivaba también el producto en América Central y Sudamérica, las Antillas, la India e Indonesia. En Brasil tuvo el café un fuerte impacto ecológico al irse desplazando la caficultura hacia el

* Director Ejecutivo de la Organización Internacional del Café. Intervención en el foro sobre la cultura del café. Kobe, Japón, mayo 15 de 1992.

sur en busca de tierras vírgenes que hasta entonces eran bosque. El Brasil inició en épocas tempranas de este siglo varios planes de valoración encaminados al mantenimiento de precios en el mercado mundial. Algunos de esos planes, sin embargo, dieron pábulo a una extensión del cultivo a nuevos terrenos, seguida por una baja de precios que, a su vez, provocó el abandono del cultivo en muchas zonas tradicionales. Se trata del conocido ciclo de expansión y hundimiento, al que acompañó una migración de la caficultura y de la población que a ella se dedicaba.

6. El desarrollo de la caficultura en otros países tuvo lugar a menudo como respuesta a oportunidades fomentadas por las potencias coloniales. Así ocurrió en India y en Indonesia y también, más adelante, en muchas zonas de África. Tras la Segunda Guerra Mundial aparecieron dos nuevos factores: el concepto de los convenios internacionales de alcance económico como parte de las ideas de la posguerra, y la creciente complejidad de la economía cafetera mundial en la que participaban países latinoamericanos y un cierto número de países de África y Asia, nuevamente independientes o en camino hacia su liberación del colonialismo.

7. En el marco que acaba de señalarse germinó el concepto de cooperación en materia de café entre productores y consumidores. Tras muchas conversaciones e intentos provisionales se negoció en 1962, bajo la égida de las Naciones Unidas, el primer Convenio Internacional del Café. El Convenio tenía los objetivos siguientes: restringir la oferta mediante cuotas de exportación, estabilizando así los precios dentro de un margen convenido; estimular la diversificación de cultivos de productos básicos para evitar la formación de excedentes; promover el café como bebida, y atraer a nuevos países para participar en ese ámbito de cooperación. Fueron 65 los países que inicialmente formaron parte de la Organización Internacional del Café, creada para administrar el Convenio.

A lo largo de los años ese número ha variado y actualmente asciende a 72.

8. A lo largo de los 30 años de vigencia de sucesivos Convenios del Café, la comunidad inter-

nacional ha tratado de desarrollar, dentro de ese marco, la cooperación con miras a poder hacer frente a los nuevos retos que se han ido presentando. Pese a numerosas críticas, se observó en ese período una sólida y creciente transparencia del sector cafetero y un grado considerable de auténtica cooperación. De los 51 países que hoy son miembros exportadores, 28 eran colonias todavía cuando se firmó el primer Convenio. Estos países han tenido que crear estructuras y adiestrar personal que les permitiese desenvolverse en ese marco internacional. Mientras tanto el consumo mundial ha seguido creciendo, y ahora me propongo examinar más de cerca las consecuencias culturales de ese hecho desde un punto de vista histórico.

Antecedentes históricos

9. El café es originario de África, tanto el Arábica, que todavía crece silvestre en Etiopía, como el Robusta, que se encuentra en varios países de África Central. Ello no obstante, fue el Arábica de Etiopía el que apareció primero como una de las bebidas más fascinantes y de mayor consumo en el mundo entero.

10. Se bebe café en Etiopía desde tiempos inmemoriales y en una sorprendente variedad de formas. Los Oromos de Kabana lo beben generalmente con culantro y en la zona Harrar se comen pequeñas bolas hechas con café finamente molido y amntequilla.

Las gentes de Wollega y los Gurages toman café con mantequilla y sal, y en Kaffa e Illubabor existe el hábito de mezclar los granos tostados y molidos con mantequilla y miel y hacer bolas que luego se hierven, frecuentemente con especias.

11. Para los etíopes, el café es parte esencial de la hospitalidad. La manera clásica de hacer café en Etiopía lleva mucho tiempo y es muy ceremoniosa. Cabe compararla con la ceremonia del té japonesa. Se trae el café verde, limpio de impurezas y se lava con agua tibia en presencia de la familia y del huésped. Una vez tostado se hace circular entre los presentes para que aprecien el aroma y luego se machaca en un mortero. Se hierva en un recipiente especial de terracota, llamado jebena, y se sirve a

los invitados. Cada tostadura se hierva tres veces y se les da a probar a los presentes el café de cada hervidura.

12. Hay un viejo proverbio etíope que dice "no le escapes al café". Ello obedece a la siguiente narración. Un amigo estaba sirviéndoles café como agasajo a dos invitados.

Uno de los invitados tenía prisa y una vez probado el café de la primera hervidura se marchó. En el camino se encontró con una inundación y perdió cuanto tenía. El otro invitado no se fue hasta haber bebido las tres herviduras del ritual y cuando llegó al lugar inundado ya se estaban retirando las aguas y logró salvar al que había salido antes.

13. La simiente del café transportada a través del Mar Rojo, llegó a lo que ahora es Yemen, y allí es donde fue cultivado café para el comercio por primera vez, en el siglo XV, o tal vez en el XIV. Además del café hecho con granos los yemeníes hacen a menudo una bebida con la pulpa seca del café en cereza, sazonada con una pisca de canela o jengibre.

Es lo que se llama Café á la Sultane, por la popularidad de que gozó en el harén de los sultanes turcos. El hábito de beber café se extendió rápidamente a La Meca y Medina y se dice que llegó a El Cairo llevado por derviches yemeníes en el siglo XVI y de allí se extendió a todo el Cercano Oriente.

14. En 1554 se establecieron cafés en Constantinopla, capital entonces del Imperio Otomano, pero las autoridades no aprobaron al principio el consumo de la nueva bebida.

En más de una ocasión fueron suprimidos los cafés en el curso de los siglos XVI y XVII.

El gran visir Kuprili basó su prohibición en que se habían convertido los cafés en centros de disensión política. La contravención de su edicto por primera vez llevaba consigo la pena de apaleo con porras; la segunda vez se metía al culpable en una bolsa de cuero cerrada por costura y se le arrojaba al mar.

15. La eficacia de tales decretos no pasó de ser efímera, y el café acabó por convertirse en parte integrante de la sociedad otomana. Contribuyó seguramente a su aceptación la prohibición religiosa del vino y otras bebidas alcohólicas. En el

imperio otomano del siglo XVI el café se hacía como sigue hoy haciéndose el café turco: se tostaban y pulverizaban las cerezas de café, se hervían en un recipiente de cobre llamado ibrik y se servía la bebida caliente en tazas o platillos.

16. Es casi seguro que el café entró en Europa, a comienzos del siglo XVII, traído por los venecianos, quienes tenían intensa relación comercial con el Cercano Oriente. Parece ser que el primer café de la Europa cristiana fue establecido en Oxford (Inglaterra) en 1650 por un tal Jacob, comerciante levantino que probablemente había entrado en Inglaterra al amparo de la política de Cromwell de liberalizar la inmigración de extranjeros. De ahí en adelante el café arraigó en la mayoría de las ciudades europeas, especialmente entre los círculos de la alta sociedad y los intelectuales. Hasta el siglo XVIII, el grano procedía invariablemente del sur de Arabia.

17. Llama poderosamente la atención el nexo entre el consumo de café y la vida intelectual. Al igual que en Turquía, los cafés de Europa se convirtieron rápidamente en centros de discusión política y pensamiento innovador. En un grupo que se reunía en el café Tillyard's tuvo su origen la Royal Society, prestigiosa corporación de los científicos británicos. Otros cafés dieron origen, en Londres a Lloyds (seguros) y al Baltic Exchange (fletes marítimos). En París, los cafés fueron centros de ebullición intelectual en los años de la revolución (1789-99) y lugar favorito de reunión de escritores y artistas. En Alemania, especialmente en Prusia y en las regiones del norte del país, el café tardó más en implantarse, en el siglo XVIII era sobre todo bebida de mujeres, ya que los hombres preferían la cerveza. En el siglo XIX, los sectores más pobres de la sociedad alemana consumían en gran cantidad la llamada "sopa de café", que consistía en café y leche mezclados con pan y servía a menudo de almuerzo.

18. Es bien sabido que la cafeína estimula el sistema nervioso y realza la vigilancia.

De estudios científicos recientes, tales como los llevados a cabo por el profesor Bättig, del Instituto Federal Suizo de Tecnología de Zurich, se desprende que la cafeína mejora el procesamiento mental de la información. No faltan quienes esta-

blecen una relación entre el desarrollo del pensamiento científico en la Europa del Siglo de las Luces con el consumo de café. No hay duda de que las figuras más destacadas de esa época gustaron del café y, en muchas ocasiones, lo alabaron. Juan Sebastian Bach compuso una Cantata del Café y se dice que Voltaire consumía más de 50 tazas al día. El famoso hombre de estado francés Talleyrand dijo que el café debía ser "negro como el diablo, caliente como el infierno, puro como un ángel y dulce como el amor".

19. La referencia más temprana al café en los Estados Unidos es de 1688. Los cafés ganaron popularidad en el siglo XVIII, aunque en principio la bebida tropezó con fuerte competencia por parte del té. La preferencia por el café quedó confirmada en 1773. En aquel año, cuando el país era todavía colonia, el gobierno británico impuso un gravamen sobre el té. Como los colonos carecían de representación parlamentaria, protestaron contra el impuesto, con el lema "sin representación no hay impuestos", en la famosa Boston Tea Party, vistiéndose de pieles rojas, asaltando los buques ingleses que se encontraban en el puerto de Boston, y arrojando al mar los cajones de té. A partir de entonces el café pasó a ser la bebida preferida de los estadounidenses.

Pautas de consumo contemporáneas.

20. En el siglo XX ha surgido una enorme variedad de estilos de consumo de café. Ello revela la flexibilidad y atractivo universal de esta bebida. Países como Brasil, Etiopía, Finlandia, Italia y Japón son todos ellos importantes consumidores de café aunque sean tan distintos entre sí en términos económicos, sociales y culturales.

21. En los países de la Europa septentrional es donde el café alcanza su nivel más elevado de consumo per cápita. Se pone allí extremo cuidado en ofrecer cafés de elevada calidad, que se consumen con frecuencia en situaciones sociales muy diferentes, tanto en el hogar, como en el lugar de trabajo. En la Europa meridional el nivel general de consumo es algo más bajo, aunque el café tiene también gran importancia en la vida social, especialmente fuera de la casa. Tiende a servirse allí

café fuerte, a menudo con un componente importante de Robusta, y el consumo de café se considera como uno de los rasgos que definen la identidad nacional.

22. En Japón se apreció un aumento espectacular del consumo a lo largo de los 30 años últimos, si bien este país venía importando café desde mucho antes, y es posible que los holandeses lo consumiesen en sus establecimientos comerciales de Nagasaki en el siglo XVIII. En 1960 importaba Japón 23.960.000 de libras aproximadamente de equivalente en café verde, que corresponden a unos 181.136 sacos. En 1990 esas importaciones ascendían a más de 5,5 millones de sacos. Un poco más del 51 por ciento del volumen consumido en 1990 fue de soluble, que es la forma en que se hace mayor consumo. El resto corresponde al café molido que se considera como un producto de lujo y se sirve sobre todo en los cafés de las ciudades (aunque va introduciéndose también en los hogares) y al café líquido en lata, producto lanzado en gran medida en el mercado japonés.

Esta pauta de consumo revela un grado considerable de refinamiento en cuanto a segmentación del mercado con miras a aprovechar el producto cafetero más adecuado para cada oportunidad. Otro aspecto importante del mercado del café molido es la exigencia del grano de elevada calidad por parte del consumidor y la conciencia cada vez mayor de factores tales como el origen del café y los métodos utilizados para su tueste y para hacer la bebida. El café molido disfruta de una excelente imagen como bebida de gourmets jóvenes, intelectuales y de ciudad.

23. Se aprecian en esas pautas de consumo paralelos interesantes con lo que ocurre en otros países. En los Estados Unidos, por ejemplo, el consumo de café se ha estabilizado tras un descenso continuado que duró desde 1962 hasta 1988. Se debe en gran medida esa estabilización al gran crecimiento del sector de cafés para gourmet, cafés finos que atraen a aquellos consumidores que están dispuestos a prestar mucha atención a lo que beben y buscar la mejor calidad posible. Se aprecian tendencias análogas en algunos mercados europeos.

24. La facilidad y simplicidad del consumo aparece como factor clave en el comercio de alimentos y bebidas en las sociedades modernas e industrializadas. En cuanto al café, esos criterios inspiran diferentes soluciones: el café fácil de hacer es decir el soluble; el café fácil de consumir, como el líquido en lata; y el café fácil de encontrar, como el que se sirve en puestos callejeros o máquinas vendedoras. Sin embargo, la facilidad y simplicidad se considera frecuentemente como el polo opuesto de la calidad. Pero otra dimensión de esos criterios es la facilidad de acceso a cafés de buena calidad y la facilidad de identificación de las características y origen de los cafés.

25. Permítanme que vuelva al tema de la diversidad. El café se consume en diferentes momentos del día y en formas diferentes. El consumo de cafés con sabor añadido, café turco, café filtrado, etc. no sólo es cuestión de preferencia del consumidor sino que va asociado con profundas diferencias de cultura y estilo de vida. Dada su presencia en todo tipo de actividades sociales, el café tiene generalmente una imagen fuerte: en Italia se le considera muy masculino y forma parte de la herencia cultural del país; en Escandinavia se le ve como la bebida principal en reuniones sociales no formales, y se asocia también con los mejores aspectos de la vida familiar. En Suecia, el día de Santa Lucía (13 de diciembre) por la mañana, las jóvenes sirven café a sus familiares, con velas encendidas; también en Suecia se les ofrece café a los ganadores del Premio Nobel al concluir las ceremonias oficiales de entrega del premio.

26. Habida cuenta de las propiedades estimulantes del café, se ha planteado con frecuencia la cuestión de sus efectos médicos y fisiológicos. Cabe afirmar que, aún cuando se han realizado amplios estudios, no se han descubierto problemas toxicológicos graves que quepa asociar con el consumo de café, ni siquiera a dosis relativamente elevadas. Sin embargo, abstenerse de café es una recomendación favorita de especialistas de regímenes alimenticios y articulistas de temas médicos en publicaciones populares, quienes a menudo parecen explotar una vena puritana de sus lectores con bases sumamente frágiles y carentes de apoyo científico. Quienes desean evitar los estimulantes,

tienen a su disposición una amplia variedad de cafés descafeinados de buena calidad.

Desafíos del presente y del futuro.

27. Cuando pensamos en el futuro del consumo café, una de las analogías más interesantes que se nos presenta es la del vino, cuyo consumo ha aumentado constantemente en lo que se refiere a vinos de alto valor añadido, que se identifican por país, zona, cepa, año, viñedo e incluso método de preparación. La segmentación del producto y el elevado nivel de concientización en cuanto a las diferentes variedades existentes ha tenido un enorme y enriquecedor impacto cultural, con provechosas consecuencias económicas.

28. En mi opinión, hay mucho campo para innovaciones en materia de café. Podemos esperar para el futuro avances en el sentido de poner en conjunción la facilidad con la calidad en cuanto a nuevos productos cafeteros. En materia de segmentación, queda mucho por hacer, tanto en cuanto a educación del consumidor como en cuanto a persuadir al comercio de que en definitiva vale la pena de que facilite mucha más información acerca de los cafés que vende. Tal proceso acabará por crear en el público un nivel más elevado de concientización, interés y, en definitiva, consumo.

29. Todo lo que he venido diciéndoles, en forma tan resumida, lleva en sí la voluntad de destacar el café como bebida más que simplemente como producto básico. El café tiene gran importancia económica en el mundo de hoy, no simplemente por su impacto en los países productores sino también porque millones de personas disfrutan bebiéndolo. Para que ello continúe siendo así es indispensable que se haga todo lo posible para mantener y mejorar la calidad, ya se trate de un buen y simple café de desayuno como de una variedad exótica para saborear después de un banquete. Si sólo pensamos en el café como producto básico no se destaca suficientemente este aspecto esencial. Mantener la solidez del sector debe ser tarea de todos cuantos contemplan el café a largo plazo y no como uno entre varios productos que pueden rendir beneficios comerciales.

30. En estos últimos cinco años aparecieron ciertos factores que dieron o están dando lugar a una importante modificación de la estructura del sector. Se encuentra entre esos factores el desencanto con la intervención de los gobiernos y la influencia cada vez mayor de las políticas de eliminación de regulaciones en materia de comercio y desarrollo. Aumentó así la presión encaminada a eliminar o transformar las viejas estructuras intervencionistas. Por otra parte, el final de la Guerra Fría ha eliminado muchas de las divisiones políticas entre países productores y países consumidores. Coincidió esos factores con las fechas en que era necesario adoptar decisiones acerca de la renegociación de un nuevo Convenio, en 1989. Algunos países consideraron que la suspensión de cuotas y el funcionamiento del mercado libre podrían dar lugar a ciertas dificultades a corto plazo, pero que a largo y mediano plazo las condiciones de libertad y transparencia redundarían en definitiva en ventaja de los países productores. Algunos organismos internacionales apoyaron enérgicamente esos puntos de vista, que se vieron respaldados también por la opinión de sectores importantes del mundo del café en países tales como Brasil y México, en los que gobiernos de reciente elección se vieron instados a llevar a término una liberalización completa del sector cafetero.

31. El régimen de cuotas de exportación quedó suspendido en julio 1989. Los precios del mercado mundial descendieron inmediatamente en un 50 por ciento y los ingresos obtenidos de la exportación, que habían sido de 14 mil millones de dólares de EE.UU. en 1985/86, bajaron a 6,5 mil millones en 1990/91. El descenso de precios continúa: el precio indicativo compuesto de la OIC, cuyo promedio fue de 126,69 centavos de dólar de EE.UU. por libra en enero de 1989, era de 62,75 en enero de 1990 y de 46,54 el 6 de mayo de 1992. Las existencias pasaron a manos de los compradores; la concentración del sector, tendencia que ya se apreciaba en los países consumidores, se aceleró; y los beneficios que todo ello le ha reportado al consumidor definitivo han sido escasos. El impacto de la recesión a escala global ha desencadenado la puesta en tela de juicio de la validez de muchas de las premisas reinantes en materia económica. La falta de avance también en otros terrenos, tales

como el de las negociaciones del GATT, crea cada vez mayor presión en el sentido de rectificar supuestos que gozaban de amplia aprobación hace cuatro años.

32. Y ésto nos trae al tema de las tareas que ahora tenemos a la vista. Tras dos años y medio de dudas, me parece ver ahora que nos encontramos en una encrucijada decisiva para el café. Veo con claridad que tenemos planteadas una serie de cuestiones, y que son necesarias unas coordenadas que tengan las siguientes características:

a) reconocer las modificaciones políticas y estructurales del mundo de hoy;

b) reaccionar con rapidez para corregir la penerosa situación actual de los precios y estabilizar éstos a niveles aceptables;

c) responder a la demanda y favorecer la tendencia hacia la calidad y hacia la conceptualización del café como bebida;

d) dirigir las inversiones de tal manera que la oferta pueda ajustarse a la demanda;

e) servir de complemento a los esfuerzos encaminados a revitalizar las economías regionales y nacionales;

f) responder a las preocupaciones médicas y ecológicas;

g) dar protección contra desastres tales como heladas o sequías;

h) hacer frente al reto que plantean otros productos, tales como las bebidas no alcohólicas;

i) contribuir a la reducción de las divisiones entre pobres y ricos;

j) promover el uso de tecnología nueva y apropiada y crear condiciones propicias a la desaparición de rigideces burocráticas;

k) recompensar la eficiencia; y

l) añadir valor, integrando los elementos agrícola, comercial y de servicios del sector de un modo más amplio y mejor distribuido.

33. Creo firmemente que en los próximos 12 meses los 72 países Miembros de la Organización Internacional del Café, junto con los países no

miembros que han aceptado la invitación a participar en las negociaciones, llegarán a un consenso acerca de la mayoría de estas cuestiones.

34. Lo que está en juego es muy importante: las ventas al por menor de café alcanzaron en 1990/91 un valor total de más de 34 mil millones de dólares de EE.UU. y si añadiéramos la cifra de negocios del sector de hostelería y similares, resultaría una suma que tal vez no se apartase mucho de los 40 mil millones. Son esenciales, para el mantenimiento de cualquier sector unas condiciones de confianza y orden en sus factores productivos. La época de café sobreabundante para tostadores y profesionales de la alimentación tocará a su fin más tarde o más temprano. Si se recuperase la situación de ingresos de los productores, pasando dichos ingresos de 7 a 12 mil millones de dólares de EE.UU., y esos ingresos se orientasen al fortalecimiento de lo que es actualmente una base productiva muy débil, podría lograrse la meta de una oferta equilibrada. A la vista de las cifras que he citado, resulta claro que ello no impondría nuevas cargas importantes a los consumidores. Por el contrario, si el sector continúa compitiendo a base de reducir los precios que paga el consumidor, no tardarán en desaparecer los márgenes y disminuirá la capacidad para hacer frente a la competencia de productos tales como las bebidas no alcohólicas, el agua mineral y la cerveza.

35. Abrigo el convencimiento de que el "comercio gestionado" no debe ser considerado ya como aquel concepto indeseable que tanto atacaron los partidarios de la supresión de regulaciones en la década de los 80. En muchos casos, y el café es uno de ellos, un conjunto normativo -transparente, equitativo y directo- es condición previa para el progreso del sector. Tales normas, incorporadas a un convenio o tratado que habrán de llevar a la práctica los gobiernos, deben definir las relaciones, derechos y obligaciones de los diferentes sectores, tales como caficultores, comerciantes y elaboradores.

36. Resumiendo, podemos decir que el marco está claramente definido. Tendremos que ponernos de acuerdo a la mayor brevedad posible en cuanto a un nuevo Convenio del Café que sea capaz de mejorar la situación de precios eliminando con ese fin el desequilibrio entre exportaciones y consumo mediante un mecanismo de cuotas de exportación. La larga experiencia de la Organización Internacional de Café y la estructura actual de seguimiento de las exportaciones proporcionan una firme base para poner en práctica rápidamente tal plan.

37. Un nuevo Convenio proporcionará también, muy probablemente, el calendario a que habrán de sujetarse las actividades encaminadas, con la plena cooperación de todos los sectores interesados, a poner en práctica directrices políticas para resolver una serie de cuestiones concretas, tales como las que tienen que ver con la salud, la calidad, la producción, el régimen fiscal, las preocupaciones relativas al medio ambiente, la ampliación del consumo, la investigación genética y de otro orden, aspectos todos que pueden irse incorporando gradualmente dentro de un marco coherente.

38. Señoras y señores: al tratar de exponer ante ustedes a grandes rasgos las dimensiones culturales del café, he evocado un panorama caleidoscópico de elementos históricos, geográficos, económicos y políticos, y he intentado dejar en claro que el café le da a la Humanidad un apoyo cordial y amistoso en su constante lucha por mejorar su condición. Mirando hacia el futuro veo un mundo en el que se reducen las distancias y que necesita urgentemente imaginación, dignidad y solidaridad. El café puede desempeñar un importante papel en nuestros esfuerzos por alcanzar esos objetivos no materiales. Merece por ello que consagremos nuestros mejores esfuerzos a salvaguardar su futuro. ||