



■ Chef&Hotel | opinión

## Viaje Fantástico



### Edmundo Veloso

Periodista especializado en café, crítico y periodista de música en prensa y revistas especializadas; editor y creador de contenido en radios y portales digitales en Chile y Reino Unido. @edmundovelosov

En uno de sus famosos monólogos, el comediante estadounidense Jerry Seinfeld hablaba de cómo el café invita siempre a tener más cosas: una nueva cafetera, tazas, molinos y un sinfín de accesorios. Si bien la SCAA se fundó en 1982 y su contraparte europea SCAE en 1998; en la época en que Seinfeld profesó tales palabras -a mediados de los años noventa- la tercera ola del café aún no nacía. Hoy los consumidores de Café de Especialidad ya no se contentan con ese café "oscuro como la medianoche en una noche sin luna", como poéticamente expresó el agente Dale Cooper en la onírica Twin Peaks de David Lynch. Al contrario, con un ansia de novedad potenciada por la avalancha de micro información racionada segundo a segundo principalmente en Instagram, se han vuelto altamente demandantes al punto de la desconexión del propósito mismo al que el elixir convoca, que es el deleite sensorial.

Hace una década atrás -el 12 de octubre de 2014, para ser exactos- en el entonces Teatro Italia de Providencia se llevó a cabo la presentación del documental A Film About Coffee, dirigido por Brandon Loper. Se trata de una película cuya intención era llevar al público en un viaje alrededor del mundo, partiendo desde las fincas de Honduras y Ruanda hasta llegar a cafeterías de Tokyo, Nueva York, Seattle, San Francisco y Portland. Aquel evento realizado en Santiago y producido por IF, Milm2 y Café Triciclo fue la

presentación en sociedad de la emergente escena de Especialidad en Chile, contando con la presencia de pioneros tostadores como Coffee Culture, Café Cultura, Café Lama, Original Green Roasters y Kawas. Eran días en que los amantes del café acudían a las cafeterías con el afán de inundar sus sentidos de sensaciones y abrirse al conocimiento, impulsados por la curiosidad de adentrarse en un mundo desconocido, en busca de guía y mística.

Sin duda las redes sociales han creado el efecto contrario no solo en el mundo del café. La necesidad de estímulos constantes nubla la capacidad de procesamiento, y si tal vez la difusión de técnicas y gadgets se ha incrementado, lo ha hecho a costa del entendimiento y a costa de su espíritu; a costa de la identidad de cada cafetería, de los baristas, consumidores y, por qué no, de los tostadores. La tiranía del algoritmo es la neutralización de la diferencia; ¿Se ha preguntado usted por qué todas las cafeterías tienden al mismo abanico de propuestas estéticas? ¿Por qué todas las cafeterías ocupan las mismas tres marcas de porcelana? ¿Por qué todos los tostadores dan preferencia a ciertos procesos? ¿Por qué todos los logos y nombres de emprendimientos cafeteros son similares?

Más allá de la imagen y su impacto en grilla, que deja fuera del encuadre todo aquello que rompe el patrón, hoy el consumidor bajo el fantasma del

algoritmo confundido con aprendizaje, curiosidad y empoderamiento, acude a las Cafeterías de Especialidad no en busca de refugio y comunidad sino que, teléfono móvil en mano, a preguntar si el último método de extracción que se ha hecho viral o que ha aparecido esta semana en su publicación de café hipster favorita está ya disponible, en lo posible para poder subir un post o una story a Instagram demostrando que es un amante del café indudablemente a la vanguardia. Pero, ¿demostrarle a quién, si todos acuden al mismo ejercicio?

Cafeterías que siempre han estado por cuenta propia interesadas en la difusión hoy en día se ven sorprendidas por este vuelco en el perfil de consumo que, valga la retórica, ¿Es consumo realmente si no hay apreciación? ¿O es solo un espejismo? En algún punto entre el café -a secas- de Dale Cooper y la ansiedad por lo nuevo nos perdimos del propósito y de la belleza de simplemente dejarse envolver por el abanico de aromas y sabores esperando por ser revelados. Cuando en el año 2016 la SCAA lanzó su nueva Rueda de Sabores en 20 años fue con el propósito de escuchar las tendencias pero de también reflejar más apropiadamente las complejidades encapsuladas en tan solo una taza de café. Ahí es donde siempre estará la magia; en la sorpresa, en entregarse al momento en que el viaje de la cereza del café llega a su fin y comienza el nuestro.