

El café torrefacto

Se llama café torrefacto a aquel café obtenido a través de una modalidad concreta de tueste en la que se añade azúcar justo cuando el grano ha desarrollado ya, casi todas sus características organolépticas y aromáticas. El azúcar como consecuencia del calor se carameliza formando una película sobre cada uno de los granos. De esta forma se obtiene un café de color muy oscuro, casi negro y de aspecto brillante.

Legislativamente hablando y si repasamos el texto de la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la elaboración, almacenamiento, transporte y comercialización del café, vigente desde 1982, en el artículo 3.2 se define al café

torrefacto con los siguientes términos: "Es el café tostado en grano, con adición de sacarosa o glucosa, antes de finalizar el proceso de tueste, en una proporción máxima de 15 kilogramos de dichos azúcares por cada 100 kilogramos de café verde".

Características

Cuando se prepara una taza con café torrefacto se obtiene una bebida más densa, con un sabor más fuerte y amargo, color intenso y con una mayor cantidad de crema.

Para conseguir un café torrefacto de calidad, se debe introducir el azúcar en el tostador en el momento apropiado, y posteriormente continuar con el proceso de tueste hasta conseguir

que el azúcar adquiera su punto de fusión óptimo dando al grano el aspecto brillante y uniforme, anteriormente ya señalado.

Una vez finalizada la torrefacción, el café se enfría y se almacena en espera de ser envasado.

La forma más habitual de consumo del café torrefacto se realiza como "Café mezcla", es decir, como parte de las presentaciones que incorporan café de tueste torrefacto y de café de tueste natural en el mismo paquete. El porcentaje de ambos granos puede variar, pero lo más común es encontrarlos en mezclas de 50/50 o 70/30 (indicando en primer lugar el porcentaje de café de tueste natural y en segundo lugar el porcentaje de café de tueste torrefacto). Se puede envasar tanto en grano como molido.

Preparando Café

Origen

La técnica del torrefacto fue introducida en España por José Gómez Tejedor, fundador de Cafés La Estrella (una enseña creada en el 1887). Durante la primera década del siglo XX, Gómez Tejedor viajaba con frecuencia a países productores de café para proveerse de la materia prima, el café verde. En uno de estos viajes, concretamente a México, supo de la práctica de los mineros, que como debían llevarse provisiones para varios meses, tostaban el café con azúcar para lograr una película encima de cada grano que evitara su oxidación, y por tanto su enranciamiento.

Del desarrollo de esta técnica en la primera fábrica artesanal de La Estrella en Badajoz, nació el "Café Torrefacto", del que Gómez Tejedor obtuvo en 21 de diciembre de 1901 una "Patente de Invención" que le otorgaba el uso en privilegio durante 20 años.

El café torrefacto supuso en aquel momento un gran avance, pues permitía conservar el grano en buenas condiciones durante varios meses (de 4 a 6). Además, la nueva presentación favoreció que se extendiese la venta de los granos más allá del centro de producción, ya que las técnicas de envasado de la época eran muy rudimentarias.



Algún tiempo más tarde y durante los años 40, la dificultad para disponer de café para el consumo supuso otro importante y definitivo empujón al consumo de torrefacto. Y es que, con la adición de azúcar en el proceso de tueste, se podía obtener, con menos café, una bebida igualmente negra y oscura. Fue entonces, cuando el paladar español se acostumbró al sabor más fuerte y amargo del torrefacto.

Actualmente ya no existe la escasez de la materia prima (café verde) y además existen métodos de envasado que conservan perfectamente el producto (envases al vacío o con atmósfera protectora), sin embargo, al consumidor español le sigue gustando el sabor del café torrefacto.

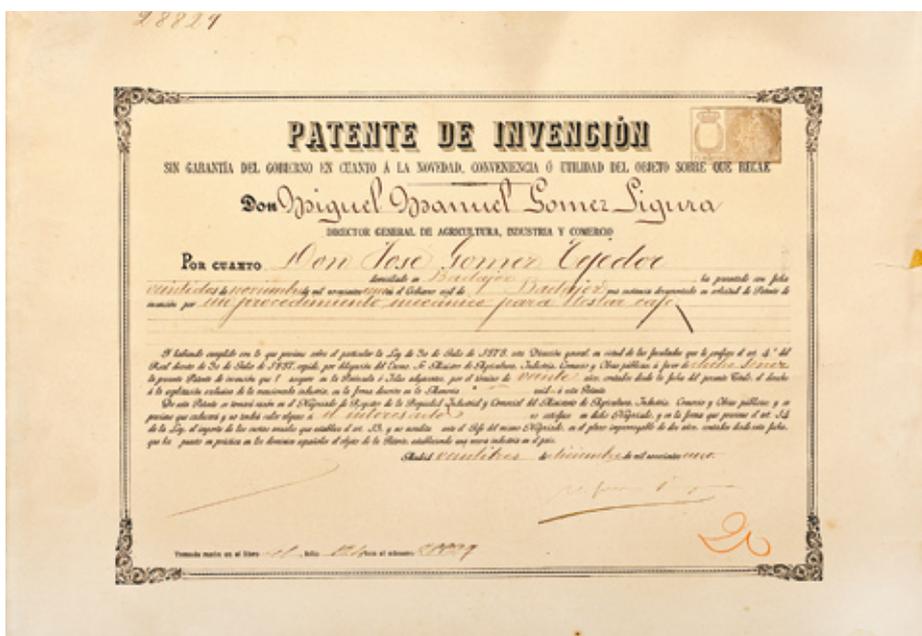
Situación actual

Con el decreto de liberación del sector cafetero del año 1980 y la autorización posterior para la venta al público del café molido, el consumo del café torrefacto en España se vio notablemente potenciado e inició un incremento constante, que no ha parado de crecer hasta ahora.

El consumidor español se ha habituado a que el café debe ser una bebida de sabor amargo y fuerte, lo cual ha llevado asociada la costumbre de añadirle leche y azúcar para hacerlo bebible.

La adición de azúcar en el café torrefacto hace que el sabor del azúcar caramelizado enmascare las cualidades originales del café, lo cual aporta una cierta uniformidad al producto. Esta característica ha facilitado que en la elaboración del café torrefacto se hayan utilizado cafés de baja calidad lo cual ha degradado la imagen del café torrefacto entre los consumidores.

Técnicamente, el problema que presenta el café torrefacto es que los molinos han de revisarse con más asiduidad, pues el azúcar caramelizado tiende a apelmazarse con la humedad y castiga más a las muelas de los molinos. Igualmente los portas de las cafeteras express han de mantenerse muy limpios para evitar que las partículas de azúcar molido taponen los circuitos por los que ha de pasar la infusión.





Poco a poco, el café natural va ganando terreno, aunque la presencia de café torrefacto, generalmente mezclas, tanto en el mercado del hogar como en la hostelería dejan claro que hay un largo camino por recorrer respecto a la calidad del café.

Lentamente, se está introduciendo entre los consumidores españoles una cultura del café que, al igual que ocurre en otros países de Europa, potencia las cualidades propias del café de tueste natural.

De esta forma hay que educar al consumidor a distinguir los atributos de las diferentes variedades de café (arábica y robusta) así como de algunos de los orígenes más característicos, como pueden ser: Colombia, Brasil, Kenia, Etiopía y otros, tal y como ocurre actualmente con las diferentes variedades y denominaciones de los vinos. Sería deseable que al finalizar una comida en un restaurante, nos ofrecieran una carta de cafés, al igual que nos ofrecen la carta de vinos al solicitar el menú.

Esta es una labor de información al consumidor que se debe llevar a cabo por parte de los fabricantes, vendedores, medios de comunicación, bares y cafeterías, y también por los propios consumidores dándole al momento de tomar el café la importancia que se merece considerándolo una experiencia sensorial con multitud de sabores y matices.

Enrique Bagueria/Francisco Jurado