



Los neko-café son las cafeterías de animales más populares entre las que ofrecen interacción con mascotas.

Texto y foto: MARIO CASTRO GANOZA

Japón es uno de los principales consumidores de café en el mundo, grano que se prepara en una inmensa variedad de formas.

El café es quizás la bebida energizante más antigua del planeta. Pero no solo eso. Es sin lugar a dudas una de las que tiene mayor historia, ya que su uso como lo conocemos actualmente se remonta al siglo XV de la era moderna. Son sus efectos energizantes y la cultura que lo rodea, lo que también ha convertido esta bebida en una poderosa fuente de socialización, ya que beberse una taza de café en una cafetería es la excusa perfecta para iniciar una buena conversación.

En Japón sin embargo, el rótulo de “cafetería” se le aplica a diversos tipos de locales, y no solo a aquellos donde se sirve la oscura bebida. Tanto en Tokio como en las principales ciudades del país, además de las cafeterías normales se pueden encontrar la categoría de los llamados “petto café” (café de mascotas), donde el comensal podrá jugar, acariciar o simplemente observar gatos, cabras, conejos, búhos o aves.

También existen los bonsai café, decorados con los árboles en miniatura y donde se puede tomar clases de este tipo de jardinería; los “manga café” para los aficionados al anime, manga o videojuegos; los “dog café” donde el cliente puede acudir con su perro; los internet café, donde no solo se puede navegar por la red sino también pasar la noche viendo películas para adultos que se alquilan en el mismo local; o los maid café, donde solo atienden camareras vestidas con uniformes que tratan a los clientes de forma sumisa y con frases corteses, como si fueran sus amos.

También destacan, por supuesto, las cafeterías de alta categoría. Son locales especializados que ofrecen granos de café de un único origen (ya que en Japón se estiliza mezclar diferentes tipos) y “café especiales”, hechos con grano de gran calidad.

Lejos de ser una tendencia de los últimos años, este creativo valor agregado que los japoneses le suman a los locales de café comenzó hace varias décadas. El primero del que se tiene registro y que existe hasta la actualidad es el Meikyoku Kissa Lion ubicado en Shibuya, una “cafetería musical” donde el cliente puede escoger entre más de 5,000 discos y 1,000 CD de música clásica. El origen del Meikokuya se remonta a la época cuando los equipos de sonido eran demasiado costosos como para tener uno en casa, por ello los clientes interesados en escuchar los últimos éxitos y grabaciones de rock, jazz, música clásico u otras, acudían al local de su preferencia.

Luego, en los años 50, se volvieron populares los llamados utagoé kissa y gogo kissa, cafeterías en las que se podía cantar o bailar, respectivamente.

En el país del té el CAFE ES REY

Son locales únicos en el mundo por diversas razones que van más allá del aromático grano

DEL TÉ VERDE AL GRANO TOSTADO

El café como bebida irrumpió en este archipiélago en el año 1887 introducido por holandeses residentes en la ciudad de Nagasaki, y desde entonces su consumo no ha dejado de crecer, determinando que en la actualidad Japón importe más de 430.000 toneladas anuales, las cuales llegan a los puertos nipones provenientes de 40 países, varios de ellos latinoamericanos.

Japón comenzó a importar café de forma masiva a fines del siglo XVII, y en la actualidad, el volumen de grano que llega al archipiélago ha convertido al país en el tercer consumidor mundial de café, solo superado por Estados Unidos en el primer lugar y Alemania en el segundo. Al llegar a suelo nipón, el café se convierte mayoritariamente en café tostado listo para moler y pasar, luego en café instantáneo y por último sirve de materia prima para preparar café enlatado.

Hasta la década de los 70, el té verde superó ampliamente al café en el gusto popular: el 70% de la población consumía té verde en comparación a un 16% que prefería el café tostado y un 9% que se inclinaba por el café instantáneo. Pero fue en esa misma década que el oscuro grano comenzó a despegar en la preferencia del ciudadano de a pie.

Para el año 2005 los porcentajes mencionados se habían invertido completamente: 61% de los japoneses preferían el café tostado, 9% el instantáneo, 26% el té verde y un 4% el té negro.

El consumidor japonés valora mucho el café en base al tamaño del grano, su aroma y sabor, prefiriendo los de mejor calidad, de allí que lo importe principalmente de Jamaica, Hawaii, Guatemala, Brasil, Colombia y Etiopía.

Por lo general el café que se comercializa en Japón no es puro, sino una mezcla de distintas variedades y orígenes, siendo el grano colombiano uno de los preferidos porque aporta calidad, sabor y aroma a estas mezclas, características que lo hacen uno de los más costosos.

MÁS ALLÁ DEL GRANO Y LA TAZA

Según ha quedado registrado, el primer kissaten (como se le llama en el idioma local a una cafetería) fue inaugurado en Tokio en 1888, específicamente en el barrio de Ueno muy cerca de la estación de tren, y su estilo era el de un café parisino del siglo XVII.

Concurrido desde el primer día en el que abrió sus puertas, las cafeterías se extendieron por todo el país y cobraron fama como locales donde la gente acudía para socializar, o simplemente para relajarse un rato en los juegos de mesa que se ponían a disposición de los clientes.

Los kissaten se popularizaron en todo el país no solo por la bebida que ofrecían, sino por la forma de prepararla. Detallistas como son, los japoneses se convirtieron rápidamente en amantes del café gourmet, prestando atención y dándole mucho valor a la forma lenta y delicada en la que el café se tuesta, muele y filtra, para obtener una bebida exquisita.

No son raros los locales donde se utiliza una sola variedad de café, la que el propietario del local considera la mejor, mientras otros locales se caracterizan por utilizar técnicas especiales de tostado o filtrado, además de tazas exclusivas con motivos temáticos, de fina porcelana o destacables por su diseño y antigüedad.

Sin embargo, las cosas han cambiado mucho desde los inicios de las cafeterías, y estos establecimientos han evolucionado de diferentes formas a lo largo del tiempo acompañando y reflejando los cambios sociales y los hábitos del japonés moderno.

Uno de los principales cambios en estos locales es el que ha experimentado el menú, ya que además de café y bebidas afines como el té y las infusiones, en una cafetería nipona actualmente se puede encontrar hasta comidas ligeras o incluso menú del mediodía. Un caso único en todo el mundo.

DATOS EN TORNO AL CAFÉ

-Japón es prácticamente el único país en el mundo donde se vende café enlatado frío.

-La primera cadena de cafeterías que abrió un local en Japón fue Doutor en 1980, y su primera sucursal estaba en Harajuku.

-Starbucks, sin duda alguna la cadena de cafeterías más popular en todo el país, abrió su primer local en 1996 en el distrito de Ginza. En la actualidad cuenta con más de 1,000 tiendas por todo Japón.

-La bebida que más se vende en los más de cinco millones de máquinas automáticas de bebidas que existen en todo el país, es café enlatado.

-Contrariamente a lo que sucede en todo el mundo y debido a que Japón es un país con una fuerte “cultura del tabaco”, lo normal es que en todas las cafeterías se pueda fumar, y que sean raros los locales con “Zona para no fumadores”.

-Las cafeterías de Starbucks fueron las primeras que impusieron en Japón la prohibición de fumar, hecho que marcó un hito en la comercialización de la negra bebida.

-La primera cadena de tiendas de conveniencia (konbini) en introducir máquinas de café recién preparado a 100 yenes el vaso, fue Seven Eleven en el 2013, que cuenta con más de 16.000 locales en todo el país. Actualmente, cada una de esas tiendas vende un promedio de 120 tazas de café al día.

-Se calcula que en todo Japón existen unas 70,000 kissa-ten.

-Una taza de café puede llegar a costar mil yenes, dependiendo del local donde se tome, el tipo de café o la forma de prepararlo.

