

1000 CHUTÍ KÁVY



LADISLAV KIRÁLY



1000 CHUTÍ KÁVY

LADISLAV KIRÁLY

ISBN: 978-80-69034-40-2

OBSAH

Predslov	7
01 Káva nemusí byť horká	11
02 Supermarketová vs výberová káva	17
03 Pestovanie kávy	29
04 Zber kávy	47
05 Spracovanie kávy	53
06 Kávovníkové zrno	63
07 Praženie kávy	73
08 Správny výber a kúpa kávy	101
09 Príprava kávy	125
10 Ochutnávanie kávy	137
11 Espresso	161
12 Kofeín	175
13 Kaviarne	189
14 Remeselné pražiarne kávy	203
O autorovi	217

PREDSLOV

„Prosím vás, čo je toto za kávu? A ako je možné, že chutí takto?!“ spýtal som sa pomerne naliehavo prekvapeného baristu, ktorý práve pripravoval ďalšie dve espressá pre hostí sediacich vedľa nás.

Nechápavo na mňa vyvalil oči, až napokon z neho vypadlo: „Výberová káva zo slovenskej remeselnej pražiarne.“

Tak to si hádam robí zo mňa srandu – povedal som si v duchu. Existuje vari nejaká iná slovenská pražiareň ako Popradská? A môže byť ešte niečo lepšie než bájne talianske kávy? V tej chvíli sa mi hlavou preháňalo tisíc ďalších nezodpovedaných otázok.

Približne 39 rokov môjho života mi káva absolútne nechutila. Bola to pre mňa len čierna, horká a nie príliš vábne voňajúca tekutina. Až kým neprišiel deň, ktorý prakticky zmenil celý môj život. Všetko sa to udialo na rande s jednou blondínkou, ktorá je, mimochodom, dnes mojou manželkou.

Vošli sme do kaviarne a objednali si dve espressá. Vtedy som toho o káve veľa nevedel a pil som ju len z nutnosti počas

náročných pracovných dní. Obsluha nám priniesla dve šálky, a keďže Janka pila kávu bez mlieka a cukru, skúsil som to aj ja. A to, čo nasledovalo potom, ma, obrazne povedané, poriadne prefackalo. Bola to dokonalá káva! Ani zďaleka nepripomínala ten horký uhoľný výluh, ktorý som dovtedy poznal, nezapáchala ako zhorený ihličnatý les ani sa mi z nej nekrivili ústa. Práve naopak, oči sa mi priam roztočili od šťastia ako automaty v Las Vegas. Tri sedmičky!

Môj zážitok bol taký silný, že som sa oň chcel podeliť s úplne každým. Mnohí moji kamaráti totiž kávu vôbec nepili. Voňala aj chutila im rovnako ako mne a tí ostatní, ktorí ju predsa len pili, si jej chuť zjemňovali mliekom a cukrom. Všetkým som chcel okamžite zvestovať novinu, že existuje aj o triedu lepšia káva. A že tie pravé kávové „zázraky“ nerobia veľké a notoricky známe značky, ktoré nám prídu na um ako prvé, ale malé remeselné pražiarnie, o ktorých zatiaľ takmer nikto nechyroval.

Ale ako na to? Mám si vziať megafón, postaviť sa na námestie a vykričať to do davu? To asi nie. Bola tu však ešte jedna možnosť. Mojou najsilnejšou stránkou je písanie, veď za necelých 20 rokov praxe som mal napísaných, preložených a uverejnených približne 55-tisíc článkov. Netýkali sa síce kávy, ale poskytli mi dobrý základ pre môj nový nápad.

Zaregistroval som si doménu *blogokave.sk* a založil *Blog o káve*. Moje vedomosti o káve boli v tom čase viac-menej nulové a hlavou mi vírila len jedna jediná myšlienka: *Káva z neznámych remeselných pražiarní chutí o triedu lepšie než káva preslávených značiek, ktoré pozná každý. Ale stačí to na blogovanie? Nuž... ak to dokážem napísať na tisíc rôznych spôsobov, potom možno áno.*

To, že som v začiatkoch blogovania o káve ako takej v podstate nič nevedel, bolo napokon mojou výhodou. Svoje nové poznatky sa mi tak darilo odovzdávať rovnako nezasvätenému publiku jeho vlastným jazykom. Naša domáca realita je totiž taká, že aj keď si kávu aspoň raz denne dopraje 75 percent Slovákov, možno 95 percent z nich o nej nemá skoro žiadne vedomosti. Je to publikum, ktorému veľké kávové korporácie vstúpili do hlavy to, čo potrebovali – že dobrá káva má byť horká. V skutočnosti povedali len to, na čom majú postavený svoj biznis model, a realitu takticky zamlčali.

Podbili to natoľko účinným marketingom, že nimi podsunuté tvrdenie akceptovala drvivá väčšina. Ľuďom ho doslova dostali pod kožu. *Káva má byť horká! A keď vám taká nechutí, pridajte si do nej mlieko, cukor – a je to vybavené.*

Prísne vzaté, ja som sa týmto gigantom vlastne postavil a začal donekonečna opakovať, že káva nemusí byť horká. Naopak, môže mať tisíc rôznych chutí. Lenže tie nám neponúkne notoricky známa talianska značka ani žiadny svetoznámy kávový brand z bežného supermarketu. Prekvapivo, tých tisíc chutí dokáže ponúknuť malá remeselná pražiareň.

Fungovalo to. Začal som otriasať status quo a ľuďom ukazovať novú cestu. Najskôr ich boli len desiatky, potom stovky, neskôr už tisícky. Mal som pocit, že im zlepšujem život a že si chvíle s kávou odrazu užívajú omnoho viac.

Na tejto ceste som spoznal množstvo skvelých ľudí: pražiarov kávy, dovozcov zelených kávových zŕn, predajcov kávy, baristov, dokonca aj farmárov či spracovateľov kávy. Po dlhé roky mi poskytovali odborné informácie, ktoré sa mi darilo tlmočiť do jednoduchšieho jazyka a odovzdávať bežným ľuďom.

To najzaujímavejšie z môjho rokmi nazbieraného know-how máte práve pred sebou, držíte to v rukách – zhmotnené do knižnej podoby. Poďte nazrieť do zákulisia kávy a odhaliť pravdu o káve, ktorú vám veľké kávové firmy nikdy nechceli povedať.



KÁVA NEMUSÍ BYŤ HORKÁ

Väčšina ľudí vníma kávu jednoducho ako horkú čiernu tekutinu. A ja som vlastne dodnes istým spôsobom nahneváný, že mi niekto neotvoril oči už skôr. *Prečo mi nikto nepovedal, že káva môže ponúkať toľko rôznych chutí a že v nej vôbec nemusí dominovať horkosť?* Dnes by som mal možno napísaných už desať kníh a nosil tričko s nápisom *Kávový magnát*, ha-ha.

Ale späť do reality. Osobne to vidím tak, že ľudia majú horkosť spojenú s kávou doslova vsugerovanú. Kávu takto vnímali celé generácie. Je to zrejme prirodzený dôsledok toho, ako sa pestovala, spracovávala a pražila. V minulosti sa hľadal skôr chuťový štandard než chuťová rozmanitosť.

Káva bola vždy vnímaná hlavne ako povzbudzujúci nápoj a pila sa kvôli kofeínu, nie kvôli chuťovému či nebudaj gastronomickému zážitku. Veľká časť ľudí dokonca žije v domnení, že čím horkejšia, tým silnejšia. Mimochodom, vyššie množstvo kofeínu je skutočne jedným z faktorov, ktoré káve pridávajú

horkosť, takže táto asociácia nie je postavená vyslovene „na vode“. Podľa mňa však narobila dosť škody.

Káva sa považovala za surovinu, ktorú treba proste len pozbierať a upražiť. A ideálne je, ak sa celý proces zvládne podľa možnosti čo najlacnejšie, pokojne aj za cenu zníženej kvality. Jediná dôležitá vec je, aby bol chuťový výstup zakaždým rovnaký. Aj preto dlhé desaťročia dominovalo veľmi tmavé praženie, ktoré bolo univerzálnym „liekom“ na všetko – zjednotilo chuťovú rôznorodosť zŕn, zakrylo prípadné nedostatky v surovine, a hlavne zabezpečilo konzistentný výsledok. Ak máte doma kávu, ktorej zrná sú tmavohnedé až čierne, prípadne dokonca lesklé a olejnaté, je to presne to, o čom píšem – nekvalitná káva starej školy.

Pre produkciu kávy v gigantických množstvách to takto bolo najlepšie. Prepraženie zŕn a s ním spojené dosiahnutie vysokej horkosti pomohlo prekryť defekty i prípadné nežiaduce chute. Predajcom potom už len stačilo vytvoriť predstavu, že káva má byť proste horká – a bum! Zabili niekoľko múch jednou ranou.

Podľa môjho názoru to mali veľké kávové korporácie dlhé roky relatívne jednoduché, pretože neexistoval alternatívny pohľad na kávu. Ten sa začal rozvíjať len pomerne nedávno a do dnešných dní nie je ešte veľmi rozšírený. Jeho začiatky sa datujú do 70. rokov minulého storočia, keď bol prvýkrát použitý pojem „specialty coffee“, teda *výberová káva*. Erna Knutsenová takto definovala kávu výnimočnej kvality, ktorá je pestovaná v špecifickej mikroklimě a má jasne identifikovateľný pôvod.

Prví pionieri, medzi ktorých patrila aj Erna, postupne prichádzali na to, že káva nemusí byť len kopa rôznorodých zŕn

z celého sveta a nemala by byť vnímaná iba ako komodita. Začali poukazovať na to, že odroda Catuaí, vypestovaná v Brazílii v nadmorskej výške 800 metrov, môže chutiť celkom inak ako pôvodná etiópska odroda, ktorá vyrástla na kávovníku v nadmorskej výške 2 200 metrov nad morom. Tak prečo by sa tieto kávy mali miešať dokopy? Nebude lepšie predať ich obe zvlášť? Ved' namiesto jednej chute kávy budeme mať razom dve.

S týmto mala priamy súvis aj ďalšia vec. Ak si niekto zabezpečil lokálnu odrodu z Etiópskej vysočiny, ktorá mala svojský charakter, prečo by ju mal prepražiť alebo dokonca spáliť? Ved' v takom prípade by v nej zabil všetky chuťové nuansy a napokon by chutila podobne ako všetky ostatné bežne dostupné kávy – horko a jednotvárne. Tmavé praženie totiž potláča prirodzené chute kávy. A na to predsa stačí mix lacných zŕn z celého sveta.

Postupom času sa začalo čoraz viac uvažovať o svetlejšom pražení, ktoré v kávovníkovom zrne zachováva jeho pôvodné chute. Ak sa káva pri pražení nespáli, odroda Caturra, vypestovaná v Kostarike, bude chutiť inak ako Gesha z Kolumbie a úplne inak ako Bourbon z Rwandy.

Svetlo pražených káv preto postupne pribúdalo a jednej štandardizovanej chuti kávy odrazu konkurovali ďalšie a ďalšie chuťové profily. Ten, komu vyhovuje horkosť a prísun kofeínu, si pokojne môže naďalej užívať tmavo pražené komerčné kávy. No ten, koho zaujíma objavovanie nových chutí, sa môže tešiť z úplne nového chuťového zážitku, ktorý mu ponúkne svetlejšie pražená káva. Je skvelé mať slobodu výberu, a práve tá je pre mňa v kávovom svete najpodstatnejšia. Tá magická rôznorodosť. To množstvo chutí, ktoré môžeme pri produkcii kávy dosiahnuť.

Pre lepšie pochopenie týchto postojov použijem ako príklad analógiu s vínom. Ak sa rôzne odrody hrozna zo všetkých možných kútov planéty zmiešajú v jednej kadi, vznikne akési štandardizované víno. Každý rok bude chutiť plus-mínus rovnako. Ten, kto vo víne hľadá len alkohol, by bol zrejme spokojný, ale inak by to bola nuda, no nie? Veď pri takomto prístupe k produkcii by sme nikdy nepoznali vína ako Bordeaux, Champagne či Tokaj. Víno zväčša nepijeme len kvôli alkoholu. Radi spoznávame rôzne prístupy konkrétnych vinárov či spracovateľov a gurmánsky si ich vychutnávame. A úplne rovnako to vnímam aj pri káve. Ani tú by sme nemali piť iba kvôli kofeínu, ale najmä pre jej rôzne chute, ktoré nám dokáže ponúknuť.

Napríklad taký Tokaj, to je niečo ako „single origin“ vo svete kávy, teda *jeden pôvod*. Ale ani s týmto jedným pôvodom sa nemusíme uspokojiť a môžeme zájsť ešte hlbšie. Veď aj v takto geograficky vymedzenej oblasti, na slovensko-maďarskom pohraničí, pôsobia desiatky vinárov, ktorých produkty sa od seba líšia, sú spracované rôznymi spôsobmi a jednotliví vinári do nich vložili svoje jedinečné know-how. Týmto pozdravujem Mariána Takáča z Vinárstva u KOŇA v Čerhove, ktorý mi o tom niečo porozprával. Inak veľká náhoda chcela, že meno Marián Takáč nosí aj slovenský spracovateľ kávy pôsobiaci vo Vietname. Ale k nemu sa ešte dostanem.

A presne o tomto je aj výberová káva. Aj pri nej je dôležitý čo najpresnejšie definovaný pôvod, spôsob spracovania a doslova rukopis producenta. Univerzálne chutiace, preprážené a horké zrná bez pôvodu sú len akýsi základ, ktorý kávový svet ponúka. Okrem toho však ukrýva aj mnoho ďalších chuťových nuáns. Káva nemusí byť iba horká. Káva môže,

obrazne povedané, hrať stovkou rôznych farieb. Ale kde kúpiť kávu, ktorá vám ponúkne chuťovú nadhodnotu? Prečo je výberovú kávu pomerne ťažké nájsť v bežných obchodoch? Ako vnímam pojmy supermarketová, výberová alebo talianska káva a prečo tú taliansku neuznávam? To všetko vám prezradím v nasledujúcej kapitole.



SUPERMARKETOVÁ VS VÝBEROVÁ KÁVA

Pre lepšie pochopenie kávového sveta si v tejto kapitole predstavíme niekoľko pojmov, ktoré sám často používam. Možno sa vám budú hodiť pri šírení kávovej osvety vo svojom okolí. Začneme pojmami supermarketová káva (komoditná komerčná káva) a jej náprotivkom označovaným ako výberová káva.

Supermarketová káva

Za supermarketové kávy považujem tie, ktoré sú bežne dostupné v obchodoch. Kedykoľvek sa niekomu v domácnosti minie káva, zbehne do najbližšieho obchodu a nejakú si kúpi. Sú to kávy najznámejších svetových značiek ako Lavazza, Tchibo, Jacobs, Illy, Julius Meinl, Segafredo, Pellini, Dallmayr, Eduscho a podobne. Zo slovenských pražiarní sem patrí Popradská káva.

Do supermarketov sa síce sem-tam dostanú aj kávy z malých remeselných pražiarní, ale je to skôr výnimka než pravidlo. Predajní, v ktorých nájdete kávy z remeselných pražiarní, je naozaj málo a ich dostupnosť je pomerne nízka.

Takéto kávy sa predávajú prioritne cez e-shopy a neradím ich medzi supermarketové kávy. Problém supermarketových káv spočíva v tom, že sú nízkej kvality a zároveň sú si podobné ako vajce vajcu. Sú postavené na komoditnom zrne bez pôvodu, ktoré sa líši v podstate len tým, ako intenzívne bolo upražené – buď veľmi, alebo veľmi na druhú.

Veľakrát sa pousmejem nad tým, keď mi zákazník tohto kávového sveta povie, že najlepšia je nejaká konkrétna Popradská, prípadne Illy, Lucaffé alebo nebudaj Eduscho Mocca Grande. Podľa mňa sa od seba takmer nelíšia a všetky sú rovnako nudné – teda aspoň v porovnaní s tým, čo ponúka svet výberovej kávy. Je to len megamix zŕn z celého sveta, ktorých chuť bola unifikovaná prepražením. Ten kúpil štvrtú akostnú triedu, tamten piatu, čert sa v tom vyzná.

Keby som danému zákazníkovi pripravil slepý test, neverím, že by ich odlíšil, hoci medzi nimi, samozrejme, existujú určité rozdiely. Lenže aj tie malé rozdiely sú len vo veľmi úzkom spektre. Ako príklad použijem prirovnanie k dúhe: akoby sme vnímali iba úzky pás fialovej farby na okraji dúhy, zatiaľ čo všetky ostatné farby – od modrej cez zelenú a žltú až po oranžovú a červenú – by sme už vôbec nevnímali. Pri supermarketovej káve je to čosi veľmi podobné. Ponúka totiž len nepatrnú časť dostupného spektra chutí.

Vonkoncom to však neznamená, že veľké kávové značky nevedia vyprodukovať aj inú ako supermarketovú kávu. Lebo

vedia. Tie najväčšie korporácie ponúkajú desiatky rôznych káv a mnohé majú v ponuke aj výberovku, ale, bohužiaľ, len skrytú niekde v rohu e-shopu, pretože výberová káva pre ne nie je ťažiskovým produktom a predáva sa omnoho ťažšie.

Cieľom týchto spoločností je produkovať čo najväčšie množstvo kávy, a keď chcú produkovať vo veľkom, musia nejakým spôsobom zabezpečiť stabilnú a ideálne aj konzervatívnu chuť. Kávu chápú ako spotrebný produkt a nejde im o chuťovú jedinečnosť, ale skôr o akúsi chuťovú predvídateľnosť a opakovateľnosť výslednej chute. Našli teda spôsob, ako tieto vlastnosti dosiahnuť, a široké masy dokázali presvedčiť o tom, že len takto je to správne. A ja teraz musím písať knihu o tom, že je to strašne obmedzené vnímanie :-).

Ľudí, ktorí pijú supermarketové kávy, by sme mohli označiť ako konzervatívnych kávičkárov. S touto kávou sú spokojní a dalo by sa povedať, že za sebou zatvorili pomyselnú bránu. Nič iné skúšať nechcú a hľadajú kávu v obale s dôverne známym dizajnom, ktorá chutila rovnako pred rokom, tromi aj piatimi a bude chutiť rovnako aj o ďalšie dva roky. Hľadajú chuť, ktorú poznajú, na ktorú si zvykli a ktorá ich nijako nevyrušuje.

Veľká časť ľudí z tejto skupiny kupuje kávu kvôli kofeínovému nakopnutiu. Ako zákazníci vopred presne vedia, čo dostanú, a nechcú nič riskovať. Káva má pre nich len jednu chuť a nenašli v sebe motor na to, aby začali objavovať iné chute. Akceptujem to. Ak by sa rozhodli skúšať, možno by raz naďabili na nečakanú ovocnosť alebo nenávidenú aciditu a vyrušilo by ich to. Je úplne legitímne, že to nechce robiť každý, a pre týchto ľudí je supermarketová káva stávkou na istotu.

Existuje však aj ďalší dôvod, pre ktorý to supermarketové značky robia tak, ako to robia. Pracujú totiž s obrovskými objemami kávy a totožnú chuť potrebujú zabezpečiť v gigantickom množstve. Keď na výrobu určitej konkrétnej zmesi, ktorú predávajú po celom svete, potrebujú stovky tisíc kilogramov kávy, nemajú šancu získať také množstvo zrna jednej špecifickej chuti. Preto musia do toho obrovského množstva nakombinovať všetko možné.

Naopak, malé remeselné pražiarne si môžu dovoliť absolútnu rôznorodosť. Pokojne si môžu kúpiť napríklad len jedno 30-kilogramové vrece kávy jedinečnej chuti a pracovať výlučne s touto kávou. Možno to bola celá úroda farmára Josého z Hondurasu, ktorý konkrétnu varietu pestoval na ploche 500 metrov štvorcových a experimentoval pri nej s inovatívnym spracovaním. Ale čo by s 30 kilogramami kávy robila taká Lavazza, ktorá potrebuje dodať univerzálny produkt do stotisíc obchodov po celom svete?

Veľké korporáty tak chtiac-nechtiac musia miešať kávy rôznych odrôd a rôznych spôsobov spracovania, pochádzajúce z rôznych regiónov. Ich cieľom nemôže byť snaha zvýrazniť pôvod a charakter daného regiónu, ale vytvoriť ľahko dosiahnuteľný a opakovateľný chuťový profil. Taký, ktorý vedia vyprodukovať znova a znova bez ohľadu na to, aká kvalitná bola úroda v jednotlivých pestovateľských krajinách.

Často to prirovnávam k miešaniu farieb. Ak zmiešame veľa rozličných farieb, vo výsledku dostaneme hnedú. Tú istú hnedú si takto môžeme namiešať kedykoľvek, dnes aj o niekoľko rokov. Dosiahnuť konzistentnosť v takomto prípade nie je ťažké. Keď to prenesieme do kávového sveta, zmiešaním

množstva kávovníkových zŕn rôzneho pôvodu a spôsobu spracovania a ich následným prepražením vznikne rovnaký výsledok. No a keď potom zákazníka marketing presvedčí, že presne taká má byť káva – čierna a horká –, veľkí hráči majú vyhraté. Geniálne, nie?

Uzavriem to tak, že supermarketová káva je priemyselne vyrábaný produkt, ktorého cieľom je dosiahnuť stabilnú chuť, nízku cenu a nasýtiť masy prahnúce prioritne po kofeíne. Nie je to produkt, ktorý by bol postavený na kvalite a jedinečnosti. Ide o produkt postavený na objeme. Uspokojí síce základnú potrebu bežného kávičkára, ale nedá sa tu počítať so žiadnou pridanou hodnotou.

Výberová káva

Výberová káva je presne to, čo ma chytilo za srdce. Ak by som ju neobjavil, kávu by som do dnešných dní nepil. Výberová káva je vo všeobecnom poňatí presným opakom supermarketovej kávy. Je to produkt, ktorého cieľom je ponúknuť unikátne kávové chute a jedinečný kávový zážitok. Prioritou nie je nízka cena ani kofeínové povzbudenie. Na prvom mieste je kvalita, transparentnosť a čo najväčší kávový pôžitok.

Tento svet tvorí len približne 5 percent celosvetovej kávovej produkcie. Svojím spôsobom ho „zastrešuje“ Asociácia výberovej kávy (*Specialty Coffee Association, SCA*), ktorá stanovila aj presné parametre, po splnení ktorých možno kávu označiť za výberovú. Všetko sú to pritom objektívne a merateľné kritériá.

SCA určila napríklad kritérium, podľa ktorého musí výberová káva pri oficiálnom senzorickom hodnotení dosiahnuť určité skóre – minimálne 80 bodov zo 100. V tejto súvislosti dodám, že supermarketové kávy sa tomuto skóre ani zďaleka nepribližujú, a preto si ich zväčša ani nenechávajú hodnotiť. Toto bodové hodnotenie je založené na posudzovaní parametrov, ako sú vôňa a aróma, chuť, dochuť, acidita, telo, vyváženosť, sladkosť, čistota šálky, uniformita či celkový dojem. Takto to platí v čase písania tejto knihy, no je pravdepodobné, že v budúcnosti sa bude systém tohto hodnotenia ešte vyvíjať.

Kávu hodnotia certifikovaní degustátori, ktorí majú kvalifikáciu *Q Grader*. Nie je jednoduché stať sa jedným z nich – stojí to dosť peňazí a senzorické schopnosti takého človeka sú z pohľadu laika priam nadpozemské. Musí naozaj veľa trénovať a vypiť, respektíve vysrkať, hektolitre kávy.

Získať 80 bodov však pri káve samo osebe nestačí. Výberová káva totiž musí obsahovať aj zrnó určitej predpísanej kvality. Zjednodušene povedané, musí vykazovať minimum defektov. Pri posudzovaní sa odoberie 350-gramová vzorka a z nej sa následne zisťuje počet defektov. Inšpektori v nej nesmú nájsť ani jeden primárny defekt (úplne čierne zrnó, úplne kyslé zrnó, plesnivé zrnó, zrnó značne poškodené hmyzom ani cudzie telesá, ako sú kamene, drierka a podobne) a prípustných je maximálne päť plných sekundárnych defektov. Medzi ne patria napríklad polámané zrná, zrná z nezrelých kávovníkových čerešní, mušle či zrná poškodené hmyzom. Samozrejme, každý z týchto defektov má svoju váhu, no podrobné vysvetlenie celého procesu by si vyžadovalo niekoľko ďalších kapitol. Na účely tejto knihy postačí, keď to zhrniem len takto v krátkosti.