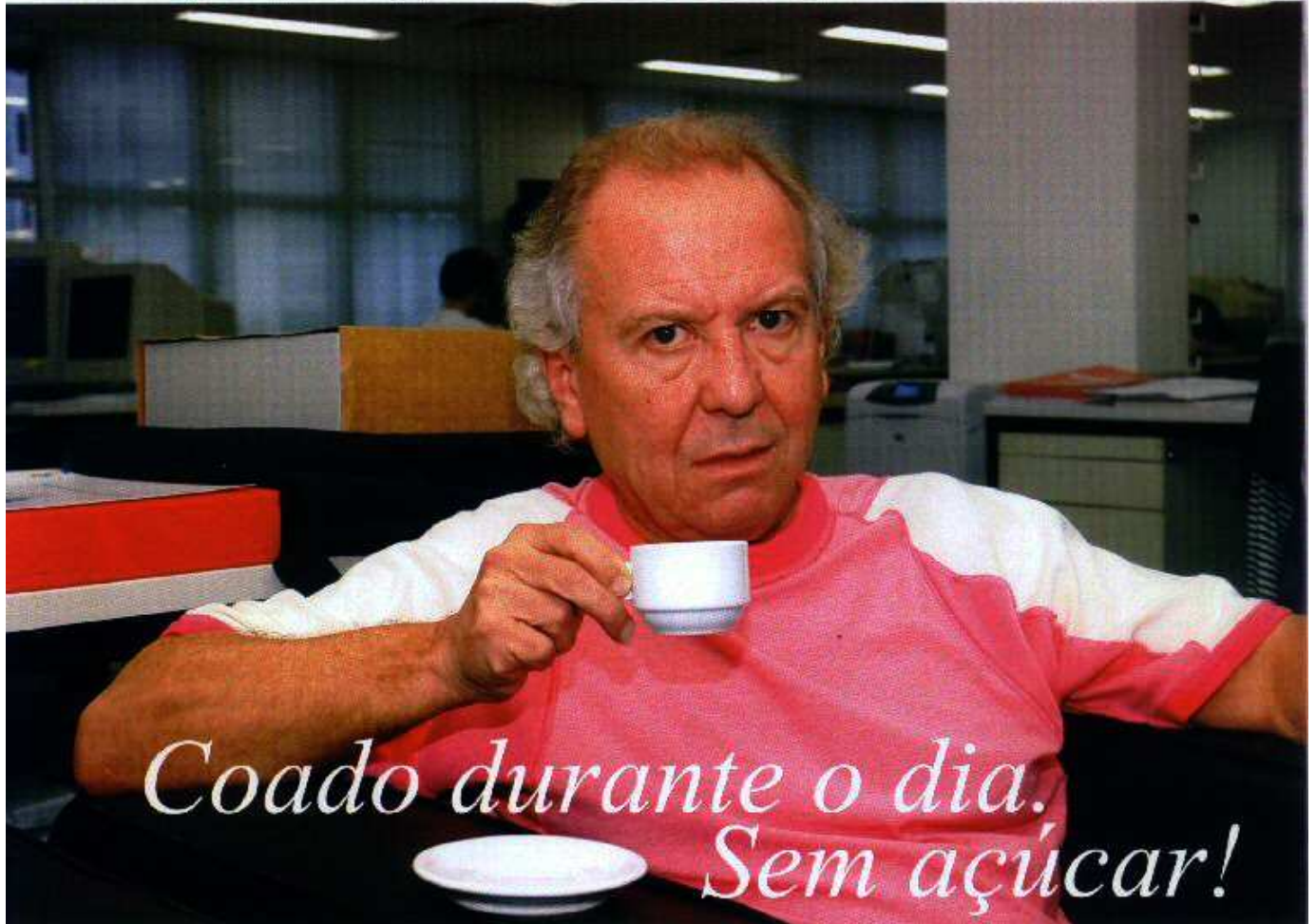


Paladar

Por: Inês Figueiró - Fotos: Cláudio Arcuca

Café Espresso de manhã, e



*Coado durante o dia.
Sem açúcar!*

Assim é o melhor café para...

Washington Olivetto

O publicitário da W/Brasil adora café 'espresso'. De manhã, ainda em sua casa, toma de duas a três doses, em xícaras pequenas e de bordas largas. Durante o dia, na agência, só café coado e em grandes copos descartáveis!

Há muito o publicitário Washington Olivetto deixou de ser uma figura restrita ao mundo da propaganda para tornar-se uma personalidade pop, presente no imaginário das pessoas quando o assunto é publicidade. Suas criações estão presentes no dia-a-dia de muitos brasileiros como é o caso do garoto Bombril, interpretado pelo ator Carlos Moreno, que voltou a protagonizar os comerciais da palha de aço esse ano, e o bordão "o primeiro sutia a gente nunca esquece", repetido desde o final dos anos 80, após ser lançado em campanha da Valisère.

Na vida desse libriano nascido no bairro da Lapa, em São Paulo, café e propaganda caminham juntos. Foi ela a responsável pelo seu encantamento com a bebida. Embora cultivasse o hábito desde pequeno e visse o pai consumir café em larga escala, foi só aos 19 anos que ele realmente foi conquistado, o que aconteceu em uma de suas primeiras viagens internacionais como publicitário. Estava na Itália e foi no berço do 'espresso' que descobriu o seu sabor. De lá para cá, não largou mais esse hábito.

A paixão foi tão intensa que no início da década de 70 voltou de uma viagem a Roma com uma máquina para fazer 'espresso' na bagagem. Cerca de dez anos depois, em viagem a Barcelona, trouxe para casa uma máquina da Illy, para preparo em sachê. Porém, a marca italiana da cidade de Trieste ainda não tinha aportado no Brasil, e durante um bom tempo precisou contar com a boa vontade dos amigos que estavam pela Europa para poder ter acesso aos sachês usados na máquina. "Depois que eu tive acesso ao café espresso, ainda muito garoto, comecei aqui no Brasil a perseguir os lugares que tinham esse café. Naquela época, ele era tirado em máquinas grandonas", relembra. Desde o contato na Itália, há 35 anos, o consumo de 'espresso' tornou-se um hábito diário. "Em casa, pela manhã, eu tomo uma duas ou três xícaras", conta. O café, tirado em uma máquina Illy, é saboreado em xícaras pequenas e de bordas largas. Esse design tem uma dose emocional: fazem-no lembrar de sua iniciação no 'espresso' ainda na Itália. Para Olivetto, além da borda larga, as xícaras pesadas dão mais sabor ao café e garantem um ritual na hora de bebê-lo.

Já na agência, a W/Brasil popularizada na música de Jorge Ben Jor, onde passa a maior parte do seu tempo, o ritual é outro. A xícara pesada e de bordas largas é trocada por um copo descartável de tamanho grande. "Porque eu adoro tomar bastante café", diz. O preparo escolhido também muda. Geralmente opta pelo café de coador feito de forma "maravilhosa" por uma das funcionárias, a Nita Martins do Vale, há sete anos na agência. É claro que não abre mão do expresso de vez em quando, por isso, há também uma máquina para fazer esse tipo de café.

Mesmo que a forma de preparo varie, uma coisa não muda nunca: só toma café puro, nada de leite, nenhuma gota, tampouco qualquer tipo de adoçante ou açúcar. Aliás, a única exceção é quando se trata de um Irish Coffee, uma variação que ele aprecia, sobretudo se estiver em alguma das estimulantes livrarias de Dublin. E cabe aí a dica: na capital da Irlanda tomou um Irish Coffee memorável no hotel de Bono Vox, vocalista da banda U2.

Como um amante da bebida, Olivetto recorda o sabor inesquecível de um de seus primeiros cafés servidos em Roma – "tinha o deslumbramento das primeiras viagens, então é algo carregado de valor emocional", diz – e cita Nova York como um local onde há café de altíssima qualidade. "A cidade deixou de ser um lugar onde não se tomava café bom para tornar-se uma grande opção de cafés magníficos", afirma.

A melhora da qualidade não ficou restrita ao território novaiorquino. Para o criativo, já eleito Publicitário do Século e vencedor da premiação Marcas de Confiança, categoria Publicitário, promovida pela revista Seleções/Readers Digest, o Brasil apresentou um ganho qualitativo muito bom nos últimos anos. "Eu estou com a sensação de que está se comercializando e vendendo melhor o café brasileiro. Inclusive vejo que as pessoas estão sabendo mais sobre o café hoje em dia", destaca.

Essa é, sem dúvida, uma constatação que lhe deixa muito feliz, a ponto de não precisar mais lançar mão da frase que repetiu muitas vezes, quando conheceu o sabor do café 'espresso', de que "café era uma coisa que os brasileiros sabiam produzir; os colombianos, vender, e os italianos, beber".

Hoje, ao contrário, aponta o Café Orfeu, produzido na Fazenda Sertãozinho, em Botelho, sul de Minas, como um dos melhores do momento. Esse foi o último café inesquecível que tomou, o que aconteceu durante uma exposição de artes plásticas no prédio da Bienal, em São Paulo. Não foi, contudo, a primeira vez. Já havia saboreado antes, em uma reunião em casa de amigos. Falando em primeira vez, o contato de Olivetto com o bom café só reforça a ideia criada por ele mesmo em 1987: "O primeiro café, a gente nunca esquece". Ainda mais se for de qualidade.

