Chocolate sempre renasce das cinzas
Carlos Alberto Dória

Infantilização e brutalização do produto pelos monopólios abre campo para o artesanato dos chocolatiers.

Se você não se lembra do indefectível profiterolle com calda de chocolate não tem importância, pois certamente já freqüentou o desejo de um petit gateau. É tudo uma questão de idade, já que o chocolate nunca sai de moda e o seu desejo é uma constante na cultura ocidental, mudando apenas os produtos aos quais se incorpora. Desde o século XVII sempre se inventa uma nova roupagem para ele. Através dele, renova-se eternamente a tensão entre desejo e necessidade, entre o lúdico e o nutricional.

A tensão que ele introduz no comer é a base de uma próspera indústria, hoje monopolista e que levou os seus sabores a todos os cantos da Terra. No entanto, essa expansão se deveu justamente à fixação de uma solução engenhosa para o desejo que o chocolate desperta; ele foi, a um só tempo, infantilizado e brutalizado.

Seus taninos e adstringência foram excessivamente suavizados quando associados ao açúcar e leite em quantidade, ocupando o espaço da refeição matinal e dos "excessos" fora das três refeições da dieta ocidental. O chocolate é relacionado, ao mesmo tempo, ao acolhimento e ao "escape" ou transgressão.

Em 1659, Luis XIV concedeu uma carta patente a David Chaillou para vender "uma certa composição que se denomina chocolate". No ano seguinte, quando o rei se casou com Marie-Therèse, corria a piada que não se sabia ao certo do que ela mais gostava: se do rei ou do chocolate.

Assim, começa bem cedo a associação do chocolate com a sexualidade feminina, tema dominante nos anos 1970 quando se inicia o culto moderno do chocolate e se cunha a expressão "chocólatra", como uma espécie de fraqueza especialmente feminina. Dentro desse espírito, nos anos 1980, a Rosie's Bakery, em Cambridge, cria o "Orgasmo de Chocolate", consagrando essa concepção com a qual ainda se debate o senso comum.

Mas a homogeneização industrial do chocolate é desafio suficiente para que um artesanato dedicado à exploração de suas múltiplas facetas sobreviva num espaço estreito de enfrentamento, como pontos de fuga da monotonia que os monopólios criaram. Talvez a marca distintiva desse produto extraordinário seja mesmo a sua versatilidade gustativa e capacidade de nos levar a um nível sempre inusitado de prazer quando já o supúnhamos "esgotado".

Bombons os mais diversos, "crus" distintos conseguidos à base de diferentes variedades, origens, torras e processos de refino, fazem do chocolate um produto mutante e plástico que combina com qualquer época da cultura gastronômica. Como metáfora, ele é uma nota musical que pode integrar, na partitura, diferentes sinfonias de sabores.

Desde o século XIX, graças à grande indústria da alimentação, ele foi adquirindo um tom monocromático, minimizado em sua força, submetido à dominância do açúcar e do leite, praticamente destruindo as sutilezas de aroma e sabor que distinguem, por exemplo, os cacaus da Venezuela e os da Colômbia. Especialmente ingleses e suíços desenvolveram produtos baratos, para consumo de massa, onde o cacau é uma vaga reminiscência aromática. Franceses e belgas, ao contrário, conseguiram manter uma estrutura semi-artesanal de produção de tal sorte que um duplo padrão logo se tornou notável.

A legislação atual que define o que é chocolate desenvolveu-se a partir dos anos 1970. Ela sempre foi bastante tolerante, admitindo a associação do cacau a gorduras hidrogenadas e outros componentes que barateiam o seu custo e, assim, liberam a manteiga de cacau para usos mais "nobres" como a indústria farmacêutica e a cosmética. Mas nos anos 1980 a Comunidade Européia estabeleceu que só poderia se chamar "chocolate" aquele alimento

preparado com, no mínimo, 70% de cacau (“massa de cacau” e “manteiga de cacau”). Os demais produtos poderiam fazer menção ao cacau em sua composição mas não poderiam utilizar a palavra mágica derivada do maia: “tchocoatl”.

Foi uma derrota para os produtores ingleses, suíços e norte-americanos, que logo trataram de montar o seu lobby e, hoje, a poderosa Food and Drugs Administration (FDA) norte-americana entra no jogo e admite que o chocolate não precisa conter, necessariamente, manteiga de cacau. Mais do que uma questão de gosto, trata-se de uma batalha que envolve bilhões de dólares por trás da expropriação de uma palavra que nos remete ao mais refinado produto colonial de origem americana.

O chocolate na base do gigantismo da indústria da alimentação

Para os maias, que o conheciam há três mil anos antes da descoberta das Américas, ele tinha uma função sobretudo ritual; na cultura ocidental, logo foi incorporado à paleta de prazeres hedonistas e se inscreveu em rituais cortesões. Por esse brilho, talvez o seu uso alimentar e nutricional seja pouco importante na história, a não ser como “reforço” do açúcar e do leite na dieta cotidiana.

A primeira carga de cacau chegou à Europa levada por Cortes, em 1524. Depois, religiosos instalados em Oaxaca o associaram ao açúcar, definindo a forma de consumo típica que hoje conhecemos. Mas o domínio e tratamento do cacau no seu processo de sofisticação foi algo lento e que atravessou os séculos, enquanto a sua cultura se disseminava pelo mundo tropical a partir do México.

No século XVIII, ele já estava bastante difundido pela Europa a partir da multiplicação das manufaturas, e o seu modo de produzir se estabilizou por volta de 1828, com a descoberta do processo de sua solubilização. Essa trajetória deixou atrás de si nomes como Nestlé, Lindt, Cadbury, Tobler e tantos outros gigantes da modernidade.

A Nestlé, por exemplo, fundada em 1866, tornou-se a maior empresa mundial de alimentos e bebidas. Hoje ela é proprietária das marcas Nestlé, Sveltesse, Nescafé, Ski, Mövenpick, Maggi, Buitoni, Stouffer’s, Lean Cuisine, Toll House, Vittel, Perrier, Cailler, Galak/Milkybar, Kit Kat, Smarties, Baci, Aero e Polo. Em suas fábricas trabalham 247 mil pessoas em todo o mundo, e só no primeiro trimestre de 2007 ela faturou 24,3 bilhões de francos suíços. Cerca de 10% desse faturamento se deve ao chocolate e suas aplicações comestíveis.

No Brasil, seguindo a trilha dos negócios bilionários, em 2002 a Nestlé comprou a Garoto, numa operação suspensa pelo Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) sob a alegação de que traria danos ao consumidor. A contestação tinha, como interessados diretos, a Lacta, vice-líder no mercado de chocolates, e a Cadbury.

O plano da Nestlé era fazer investimentos de US$ 150 milhões nas suas 25 fábricas do país, com aplicação em novos equipamentos e tecnologia e usando o complexo industrial da Garoto como base para a ampliação da sua presença nos mercados brasileiro e mundial.

Esta operação mostrava, ainda, a confiança na retomada dos negócios do cacau brasileiro, visto que o país estava praticamente alijado do mercado por conta de uma doença dos cacaueiros (a “vassoura de bruxa”) que dizimou as plantações ao sul da Bahia.

Com a temida efetivação do negócio a Nestlé dominaria o mercado de coberturas de chocolate (100%), os segmentos de cobertura sólida (88,5%), tablete de até 500 gramas (75,9%), caixas de bombons (66%) e chocolates de consumo imediato (63,1%). Finalmente, três anos depois, o Supremo Tribunal Federal suspendeu o veto do Cade à transação. Assim ficamos.

A complexidade sacrificada pelos monopólios

Em contraste com a expansão dos gigantes do chocolate, a vitória européia do artesanato francês e belga contra os interesses das grandes indústrias inglesas e suíças foi mais do que a

reserva do nome “chocolate” para o produto de qualidade. Ela representou a possibilidade de restaurar toda a riqueza e complexidade gustativa desse produto, superando a camisa de força que lhe havia sido imposta através de composições padronizadas onde predominam o açúcar, a leticina de soja e gorduras hidrogenadas.

Séculos de trato com o cacau permitem explorar nele uma diversidade que começa com as suas variedades (criollo e forastero), passa pelas várias origens (especialmente Venezuela, Colômbia, Brasil, Madagascar e Malásia), pelos processos de secagem e fermentação, pela torrefação, pela sua alcalinização e separação da “massa de cacau” (fruto da prensagem do grão com retirada da gordura) e da “manteiga de cacau”, produzindo-se, ainda, o cacau em pó pela moagem da massa de cacau.

Aparentemente são detalhes técnicos, mas é dessa diversidade e das múltiplas combinações de variedades, procedências, tratamento e mistura com outros produtos (leite, açúcar, aromatizantes, etc.) que se obtém a quase infinita variedade de chocolates. O “maître chocolatier” é aquele profissional capaz de criar produtos novos a partir desse quebra-cabeça sem limites e fazer brotar, ali onde tudo parecia condenado à monotonia, um estímulo novo e surpreendente para o paladar.

O sucesso de uma pequena empresa espanhola de produção artesanal de chocolates -a Sampaka – bem mostra a preparação moderna do público para receber produtos artesanais que restauram essa dimensão criativa da chocolataria ao mesmo tempo em que consagra valores alimentares modernos que rechaçam a adição de conservantes e aditivos aos produtos.

Além da extensão do artesanato - que antes se concentrava na França e na Bélgica- a Sampaka, ao produzir chocolates aromatizados com produtos da horta (manjericão, tomilho, alecrim), soma-se aos esforços de outros espanhóis para ampliar o seu uso, como os restaurantes El Bulli, de Ferran Adrià, e o Espai Sucre, que levaram o chocolate além da barreira de confinamento da sobremesa, desembarcando-o no domínio dos salgados, que é onde os maias o situavam originalmente.

Esta desconstrução do chocolate estabilizado pelos monopólios tem sido essencial para a recuperação da sua dimensão criativa associada à sua manipulação. À exceção dos chocolatiers franceses e belgas, o grosso do chamado “artesanato” do chocolate, conforme praticado, mais se assemelha a fundições do que a qualquer outra coisa.

Entre nós, milhares de confeitarias, padarias e donas de casa que fazem bombons “para fora”, adquirem barras de chocolates Nestlé ou Garoto das quais derivam o seu ganha pão. Em nada podem alterar o código fechado desses produtos, como a diminuição do açúcar, o aumento da massa de cacau ou da manteiga de cacau. O resultado é que esse artesanato não incorpora qualquer criatividade digna de nota, visto não passar da “fundição” o papel que a grande indústria deixou para os seus consumidores institucionais.

O exemplo mais extremando dessa limitação é o chocolate dito “artesanal” que se fabrica em centros de turismo como Gramado, Penedo, Campos do Jordão ou Poços de Caldas. Todos eles, constituídos à imagem e semelhança do chocolate argentino de Bariloche, consagram a tradição desnaturante que combina a fundição dos chocolates Nestlé com a adição de mais açúcar, frutas secas ou sementes. Os produtos, vendido a preços bastante elevados, são a expressão mais acabada do aviltamento do artesanato e brutalização do uso do cacau.

A recuperação do prestígio do artesanato depende, pois, da restauração da arte do chocolate a partir da sua matéria-prima. Um excelente exemplo da encruzilhada é o francês Daniel Briand, estabelecido em Brasília, onde tem um café com o seu nome e também se dedica a fazer bombons com recheios de frutas do cerrado. Não fosse a limitação mortal dos chocolates industriais que utiliza, seu trabalho certamente teria brilho.

Felizmente uma empresa belga (Callebaut) começa a introduzir no Brasil chocolates mais elaborados, para uso em confeitaria, possibilitando a retomada da qualidade, como atesta o trabalho pioneiro de Fabrice Lenud, proprietário da confeitaria Douce France, em São Paulo.

Também em Buenos Aires uma chocolataria tradicional -a Fênix- começa a fabricar e difundir uma linha de todos os derivados do cacau, base de um novo boom de produtos que já se fazem notar em butiques gourmets e restaurantes portenhos.

Uma lei básica da economia ensina que a competição leva à monopolização, mas, em seguida, tem-se o movimento inverso, quando o monopólio involuntariamente estimula a competição. No tocante ao chocolate, entramos definitivamente nesta fase, para a glória do paladar e a memória dos maias.

Disponível em: <http://p.php.uol.com.br/tropico>. Acesso em 28 jun. 2007