

A tecnologia do tabasco

(Expresso: 15-08-2003)

A companhia norte-americana que produz e comercializa tabasco promoveu recentemente algumas escavações arqueológicas. O que procurava não eram ruínas romanas, embora tenha encontrado no local restos de povoações pré-colombianas. O que procurava eram os barracões onde pela primeira vez se começou a produzir o condimento picante mais conhecido do mundo inteiro. O tabasco, precisamente.

As pequenas garrafas de condimento avermelhado aparecem nas mesas de restaurantes de todo o mundo. E mesmo onde se produzem condimentos mais saborosos há sempre quem prefira usar as conhecidas garrafas do molho avermelhado. De onde vem o segredo do tabasco?

A resposta é simples. E é a mesma que leva os arqueólogos a escavar os barracões do século XIX onde se começou a produzir tabasco. O segredo desse condimento vem da sua longevidade. Uma história mais que centenária e, sobretudo, de uma uniformidade espantosa. Igualmente mais que centenária.

Tudo começou em meados do século XIX, quando um banqueiro de Nova Orleães, Edmund McIlhenny (1815-1890), ganhou gosto pelos picantes e desenvolveu uma pequena plantação doméstica de pimentinhas, os pequenos frutos que entre nós recebem o nome de piri-piri ou de gindungo e a que os botânicos chamam *Capsicum frutescens*.

Quando rebentou a guerra civil norte-americana (1861-1865), McIlhenny e a família refugiaram-se numa ilha do Estado de Luisiana. Um local de clima insuportável onde, esperavam, estariam ao abrigo dos horrores da guerra. A ilha chama-se Avery. McIlhenny lançou aí as sementes que tinha trazido e começou a fazer experiências. Ficou satisfeito com um condimento feito de pimentinhas, de sal e de vinagre. Experimentou processos de melhorar o sabor do composto, envelhecendo-o em barris de carvalho. Quando ficou contente com o resultado, começou a engarrafar o produto e a vendê-lo. Estava-se em 1868. Em poucos anos, McIlhenny conseguiu tornar o seu produto conhecido em Nova Iorque e noutros Estados industriais do Nordeste americano. Quarenta anos antes de se começarem a vender as primeiras latas de atum, já

Edmund McIlhenny tinha inventado um produto alimentar industrial. Talvez o primeiro do mundo.

A ideia de McIlhenny foi revolucionária. Até à data não se conheciam alimentos industriais. Criá-los parecia uma aventura. Alguém iria digerir um produto pronto, fabricado a centenas de quilómetros de distância por mãos desconhecidas?

McIlhenny apostou na ideia contrária. As pessoas iriam adquirir o seu produto porque iria produzi-lo em grandes quantidades, garantindo uma qualidade uniforme. Quem comprasse uma garrafa de tabasco saberia o que estava a adquirir.

É esse outro segredo do tabasco: a garantia de uniformidade. Quando nos sentamos à mesa de um restaurante ou procuramos nas prateleiras de um supermercado, as garrafas estão sempre lá e sabemos o que contêm. Ao lado, aparecem marcas menos conhecidas ou produtos caseiros. No restaurante, o empregado anuncia-os sempre com o mesmo tom: «**Cuidado que é muito forte!**» Mas o que quer isso dizer? Ele di-lo sempre, trate-se de gindungo explosivo ou de óleo avermelhado sem sabor. Pouca gente tem paciência para experiências e ninguém quer correr o risco de estragar o jantar. Muitos preferem usar um produto conhecido, mesmo que o picante da casa possa ser melhor, como tantas vezes acontece. E não está o tabasco mesmo ao lado? Essa foi a grande aposta de McIlhenny. Há 135 anos. Uma aposta na tecnologia e na uniformidade.

Nuno Crato