

DIVULGAÇÃO/LABARR

Estrela do feriado, o chocolate invade as lojas, seja nos tradicionais ovos de Páscoa, em barras ou como ingrediente de sobremesas variadas

Isabela Berrogain

Presença constante na mesa do brasileiro, o chocolate ganha mais força durante a Páscoa, quando se transforma em símbolo central das celebrações. Ao longo da semana santa, o produto à base de cacau assume diferentes significados, que transitam entre o afeto e a experiência gastronômica. O tradicional ovo de chocolate, por exemplo, remete à ideia de renascimento e vida nova, além de simbolizar um gesto de carinho na troca de presentes entre familiares e amigos.

“O chocolate é, antes de tudo, memória afetiva”, define Amanda Figueiredo, proprietária do Mandiê. “É lembrança da infância, desde a caça aos ovos na Páscoa ao mimo que a gente ganha e aprende a dar, desde pequeno. Essa relação emocional é muito poderosa. Mas além disso, o chocolate é um ingrediente extraordinariamente versátil. Funciona em barra, lasca, bolos, biscoitos e recheios sofisticados. Nas mãos certas, ele se transforma em algo novo a cada criação”, afirma a confeitadeira.

Adriana Labarrère, proprietária do Labarr, concorda: “O chocolate tem uma conexão emocional muito forte com o brasileiro”. Segundo ela, ele está presente em momentos de celebração,

Eu só quero chocolate!

afeto e até conforto em dias difíceis. “Mas existe, também, um fator cultural: o Brasil sempre consumiu muito chocolate ao leite e produtos mais doces, o que criou um hábito de consumo frequente e acessível. Ao mesmo tempo, estamos vivendo uma mudança. O consumidor está começando a descobrir o chocolate como experiência — entendendo origem, porcentagem de cacau, ingredientes e qualidade”, aponta a sócia.

“O que torna o chocolate especial é justamente essa dualidade: ele pode ser

simples e afetivo, mas também complexo e sofisticado, dependendo de como é produzido”, acrescenta. Um estudo em 2025 feito pelo Kantar WorldPanel, com dados coletados pela Mondelez, apontou que a presença do doce na casa dos brasileiros passou de 85,5% em 2020 para 92,9% em 2024. Ou seja, nove a cada 10 lares brasileiros têm alguma variação na despensa, como barras de chocolate, bombons e biscoitos.

Esse crescimento acompanha o aumento de lojas inclusivas, que comercializam produtos sem glúten e

sem lácteos, como é o caso da Quitutices. “Antes, a busca era muito mais restrita a pessoas com diagnóstico médico. Hoje, há também um público que chega por escolha, interessado em alternativas que tragam mais bem-estar, mas sem abrir mão do sabor”, conta Inaiá Sant’Ana, chef responsável pela casa.

“Durante a Páscoa, isso se intensifica. É uma data profundamente simbólica, de partilha, e ninguém quer ficar de fora desse momento. O que o público busca, no fim, é exatamente isso: poder participar”, declara a cozinheira.