

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

DANIELLE REZENDE DA SILVA

“SERVING MY SOUL”: a influência da identidade no processo criativo de
Dominique Crenn

RIO DE JANEIRO
2018

Danielle Rezende da Silva

“SERVING MY SOUL”: a influência da identidade no processo criativo de
Dominique Crenn

Trabalho de conclusão de curso para apresentação ao Instituto de Nutrição Josué de Castro componente do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Gastronomia.

Orientadora: Profa. MSc. Daniela Alves Minuzzo

RIO DE JANEIRO
2018

CIP - Catalogação na Publicação

SS586? Silva, Danielle Rezende da
"Serving my soul": a influência da identidade no
processo criativo de Dominique Crenn / Danielle
Rezende da Silva. -- Rio de Janeiro, 2018.
58 f.

Orientadora: Daniela Alves Minuzzo.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto
de Nutrição Josué de Castro, Bacharel em
Gastronomia, 2018.

1. Gastronomia. 2. Identidade. 3. Processo
criativo. 4. Criatividade. 5. Memória. I. Minuzzo,
Daniela Alves, orient. II. Título.

AGRADECIMENTOS

À Orunmilá por me direcionar e aconselhar nos momentos difíceis, através da Sabedoria de Ifá, e a cada dia me mostrar que sou uma mulher forte e capaz.

Ao meu pai José Antonio, por estar ao meu lado, por ter me ensinado o valor do trabalho e da organização, por ter lutado todos os esses anos para dar a mim e a minha irmã uma educação de qualidade.

À minha avó Zulma, que sempre tentou realizar todos os meus sonhos e foi uma das primeiras cozinheiras que conheci, me ensinando o amor pela cozinha e criando as melhores memórias afetivas da minha vida.

À minha irmã Gabrielle, por ser minha cobaia nas primeiras experiências na cozinha. Desde as críticas até a indicação de restaurantes, passando pelas palavras de apoio e carinho durante toda nossa jornada.

Ao meu companheiro de vida Fabrício, que me impulsiona a ser melhor cada dia e a mostrar ao mundo o meu valor. Amigo, professor e amor que compra as minhas ideias malucas e divide comigo a casa, os gatos e os cachorros. Obrigada por sempre ter acreditado em mim. Te amo.

À minha sogra Angela, que desde o início me tratou como uma filha, se preocupando comigo e me dando toda força, ajuda e incentivo em todos os meus projetos.

À Daniela Minuzzo que desde as aulas de Francesa sempre se mostrou mais que uma professora e sim uma amiga. Obrigada por todas as trocas de ideias, as críticas e os incentivos para não desistir. Você foi e é uma figura muito importante no meu desenvolvimento profissional e pessoal.

À Camila Coura, por todos os conselhos e ensinamentos seja na gastronomia, seja na vida. Você foi a minha inspiração de como ser uma profissional respeitada. Obrigada por me ensinar que devemos sempre dar o nosso melhor.

À Nina Bitar e Thaina Schwan por terem aceitado o convite para participar da minha banca, tendo dedicado o seu tempo lendo e tecendo comentários sobre o meu trabalho.

Aos meus amigos de classe: Beatriz, Maurício, Ernani, Andressa, André, Duda, Mariana, Lohane, Larissa, Juliana, Danillo, Francisco, Marcos, Renan, Gabriella, Carina, Tiago por todas as aulas, provas, trabalhos, festas e conversas

que tivemos nesses quatro anos de convivência. Aprendi muito com cada um de vocês.

“Não se vive do que se come, mas do que se digere.”

Jean Anthelme Brillat-Savarin

RESUMO

Mesmo com o aumento da visibilidade da gastronomia no cenário mundial, ainda existe uma visão muito simplista em relação à profissão e sua produção. O ato de preparar um alimento requer um esforço que envolve não só construir um prato saboroso e harmônico, mas também levar em consideração aspectos organizacionais e artísticos. Este trabalho buscou aproximar a gastronomia do campo artístico, relacionando o conceito de identidade ao processo criativo gastronômico. Para compreender as diversas nuances atribuídas a eles, além de ter como base para o desenvolvimento desse tema uma revisão bibliográfica para fundamentar esses conteúdos, foi feito um estudo de caso sobre a vida e carreira da *chef* Dominique Crenn, a primeira mulher nos Estados Unidos a receber duas estrelas do *Guia Michelin*. Ao longo do estudo, buscou-se defender a ideia de que a identidade é fundamental para o desenvolvimento de um processo criativo inovador, tendo como resultado uma obra autoral.

Palavras-chave: identidade, processo criativo, gastronomia, criatividade, memória.

ABSTRACT

Even with increasing visibility of gastronomy on the world stage, there is still a very simplistic way on regarding the profession and its production. The act of preparing food requires an effort that involves not only constructing a tasty and harmonious dish, but also taking into account organizational and artistic aspects. This work sought to approach gastronomy of the artistic field, relating the concept of identity to the gastronomic creative process. For understanding the different nuances attributed to them, as well as having as a base for the development of this theme a bibliographic review to substantiate the contents and a case study of the life and career of *chef* Dominique Crenn, the first woman in the United States to receive two Michelin star stars. Throughout the study, we sought to defend the idea that identity is fundamental for the development of innovative creative process, resulting in an authorial work.

Key words: identity, creative process, gastronomy, creativity, memory.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cardápio de inverno do <i>Atelier Crenn</i>	39
Figura 2 - Dominique Crenn montando um de seus pratos.....	41
Figura 3 - Prato <i>Walking in the woods</i> assinado pela <i>chef</i> Dominique.....	44
Figura 4 - Prato <i>Birth which gives its morning mystery</i>	48

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - As quatro fases do desenvolvimento de inovação culinária.....	34
--	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE E SEUS DESDOBRAMENTOS NA GASTRONOMIA.....	14
2.1. A QUESTÃO DA IDENTIDADE NA GASTRONOMIA.....	20
3. O PROCESSO CRIATIVO.....	24
3.1. O PROCESSO CRIATIVO NA GASTRONOMIA.....	30
4. DOMINIQUE CRENN E O SEU PROCESSO AUTORAL.....	39
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas foi possível perceber o aumento da visibilidade da gastronomia tanto como uma carreira promissora quanto como um assunto popular. “A intensa midiaticização da gastronomia expressa no aumento do número de veículos como livros, revistas, cadernos de grandes jornais, programas televisivos com chefes celebridades e sítios eletrônicos” (RIBEIRO, 2016, p.272). fez com que os *chefs* de cozinha começassem a fazer parte do cotidiano e a serem reconhecidos. Seus pratos se tornam obras de arte e suas fotografias são espalhadas pelas redes sociais.

Mesmo diante de todo esse cenário de valorização da gastronomia, poucos estudos se debruçam sobre as trajetórias pessoais e o trabalho feito por esses *chefs* para conseguir atingir esse nível de excelência em seus pratos.

Este trabalho visa traçar um paralelo entre a identidade de um *chef* e sua importância na construção de seu processo criativo, resultando num *menu* coeso e que possua um traço em comum, uma assinatura, uma autoria. Foi feito um estudo de caso da vida e carreira de Dominique Crenn, *chef* francesa que encontrou em São Francisco, Estados Unidos, o lugar para abrir o seu restaurante *Atelier Crenn*.

Devido a forte carga emocional e poética utilizada para criar suas obras e por ser a primeira mulher nos Estados Unidos a receber duas estrelas do *Guia Michelin*, “guia bastante respeitado mundialmente que premia os melhores restaurantes” (WIKIPEDIA, 2018) a *chef* foi escolhida para servir de exemplo para os conceitos estudados. O fato de uma figura feminina ter sido escolhida não foi à toa, já que “as mulheres não alcançam o mesmo reconhecimento ou aclamação da crítica que seus colegas homens” (DRUCKMAN, 2010, p. 24, tradução nossa). Com isso o trabalho também tem o intuito de reforçar o potencial criativo e sua importância no mercado.

A partir desse eixo central, buscamos entender que fatores colaboram para a construção da identidade e que podem ser observados na criação, dando uma unidade ao *menu* dos restaurantes, reconhecendo suas características semelhantes e que podem ser apontadas como resultado do processo criativo.

Tendo como objetivos: (1) desenvolver o conceito de identidade, utilizando para a fundamentação teórica autores como Zygmunt Bauman e Stuart Hall, relacionando o com o âmbito da gastronomia a partir de autores como Massimo Montanari; (2) descrever o conceito de processo criativo tendo como referência autores como Zélia Maria de Oliveira, Maurício Barth, Lucas Pantaleão e Marcos Zorzal entendendo as etapas para sua construção, traçando um paralelo com o processo criativo na gastronomia através de autores como Joseph Hegarty e Michael Ottencbacher, observando como este se constrói; (3) analisar a vida e obra de Dominique Crenn a partir de sua entrevista com Ahmir Thompson, documentários e outros canais do *Youtube* a fim de tecer uma relação com os conceitos estudados.

Tal tema é importante, pois elucida uma problematização central que, em geral, é pouco refletida em toda as suas implicações: a alta gastronomia é sempre elogiada pelos seus pratos que se assemelham a obras de arte, mas há pouca reflexão teórica consistente sobre o tema. Assim como os artistas, os *chefs* tem um processo criativo que estrutura a sua prática gastronômica. A combinação de sabores, texturas, técnicas e cores se baseiam em estudo, treinamento do olhar na criação de um acervo de sabores, aromas e texturas que é bastante característico de cada *chef* e no qual, muitas vezes, conseguimos reconhecer seu criador por meio de algumas características básicas recorrentes. Isso nos faz pensar se realmente cada criador coloca sua identidade no prato. (MYHRVOLD, 2011; HEGARTY, 2001)

Essas questões são fundamentais porque, além de compreender a gastronomia como uma forma de *arte culinária*, traz à tona um tema pouco estudado com o rigor que merece – as relações entre os processos criativos especificamente presentes no campo da gastronomia com os processos existentes em outros campos artísticos em geral.

O trabalho terá um caráter qualitativo, onde será feita uma análise de conteúdo de um episódio da série *Chefs' table*, veiculada pelo site de entretenimento *Netflix*, entrevistas e vídeos sobre a vida da *chef* Dominique Crenn, nosso objeto de estudo. Além disso, será feita uma revisão bibliográfica sobre os termos “processo criativo” e “identidade” que servirá de base para fundamentar o assunto, buscando entender como os dois temas se manifestam e a maneira pela qual podemos observar isso na gastronomia.

A série citada foi escolhida porque durante alguns episódios podemos observar grandes *chefs* da alta gastronomia falando sobre sua carreira, trajetória, criações e um pouco do processo criativo próprio de cada um. Mesmo com um tempo reduzido, devido à edição das imagens, que condensam a história de vida e trabalho em 50 minutos, chama atenção o modo como a expressão das características pessoais, as experiências de vida e o percurso trilhado pelos *chefs* tem como resultado final criações com caráter único, cheias de inspirações, sensações e propósito.

A análise de conteúdo, como descreve Severino (SEVERINO, 2007, p.121-122), se baseia na análise de informações de um documento, seja ele escrito, oral, imagético ou gestual, visando compreender criticamente o sentido do que foi estudado, dando um significado ao discurso e possibilitando a compreensão dos problemas colocados por determinado trabalho.

Para desenvolver a questão do processo criativo e da identidade na gastronomia será utilizada a pesquisa bibliográfica de livros e artigos científicos que abordem os temas centrais, dando respaldo científico ao tema estudado. Segundo Severino (2007), a pesquisa bibliográfica é realizada a partir de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Esses textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados e o pesquisador trabalha a partir da contribuição desses autores, estudando de forma analítica e constante os textos que foram escolhidos.

Para abordar esse conteúdo, o trabalho foi dividido em três capítulos. O primeiro deles falará sobre a formação do indivíduo e de que maneira o meio onde se é criado, as vivências e as experiências contribuem para construção da ideia de memória e pertencimento, fazendo relação com a gastronomia e o trabalho.

O segundo capítulo aborda a questão do processo criativo e como a criatividade se desenvolve a partir de fatores intrínsecos e extrínsecos ao sujeito. A partir dessa noção há uma relação entre a gastronomia como arte e o desdobramento do conceito de processo criativo para o ambiente gastronômico.

O terceiro capítulo traz o estudo de caso da vida e obra da *chef* Dominique Crenn, a primeira mulher da América a ser premiada com duas estrelas do *Guia Michelin*, fruto de seu trabalho autoral e poético a frente do seu restaurante *Atelier Crenn*. Esse estudo é intercalado com as teorias sobre identidade e

processo criativo, aproximando o objeto de estudo aos conceitos abordados nos dois primeiros capítulos.

2 A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE E SEUS DESDOBRAMENTOS NA GASTRONOMIA

Segundo a definição do dicionário Michaelis, identidade é uma “série de características próprias de uma pessoa ou coisa por meio das quais podemos distingui-las” (MICHAELIS, 2018). A partir dessa definição podemos extrair como estruturas principais: “características”, “pessoa” e “distinguir”, palavras que servirão de guia e ajudarão a desmembrar o significado do conceito de identidade. O primeiro passo para entender esse conteúdo é compreender a noção de sujeito, seu processo de desenvolvimento histórico e os fatores que influenciam sua formação.

A noção de sujeito como conhecemos atualmente passou por diversas transformações ao longo do tempo e como aponta Stuart Hall (2006, p. 24), “essas mudanças têm uma história”. Ela tem como ponto de partida as contribuições trazidas pelo Humanismo Renascentista e pelo Iluminismo onde ocorre uma cisão entre o pensamento religioso e o pensamento secular burguês (homem dotado de razão), dentro de um processo mais amplo de mudança da sociedade ocidental (HALL, 2006).

Descartes foi responsável pelas primeiras elaborações acerca do indivíduo, separando o corpo (matéria) e mente; e mostrando que o sujeito é formado pela “sua capacidade de raciocinar e pensar” (HALL, 2006, p. 27). Isso demonstra uma certa autossuficiência do sujeito e sua autoafirmação, fazendo um contraponto com o ambiente católico do Antigo Regime. O burguês que não possuía títulos de nobreza e não fazia parte do clero, usava os seus recursos financeiros e intelectuais para ascender socialmente e se construir como ser pensante, convicto de sua importância para o mundo.

Com o advento do capitalismo e da industrialização surge uma nova visão sobre o indivíduo, o indivíduo social, aquele que é parte orgânica da estrutura social em que está inserido (HALL, 2006, p.30). Tendo sua força de trabalho explorada pelos donos dos meios de produção, o homem passa a ser visto como uma ferramenta indispensável na vida urbana.

O desenvolvimento histórico da Modernidade traz consigo “a figura do indivíduo isolado, exilado ou alienado, colocado contra o pano-de-fundo da

multidão ou da metrópole anônima e impessoal” (HALL, 2006, p. 32). O homem não tem importância frente ao todo e assim como foi abordado por Stuart Hall (2006), os escritores do século XX utilizaram a figura do sujeito errante que vagueia na multidão tentando se encontrar, tentando “ser” para expressar os conflitos pessoais dessa geração.

Após o entendimento do processo evolutivo pelo qual se construiu a ideia de sujeito, é necessário entender como a formação da identidade contribui para a constituição do indivíduo.

Como explica Stuart Hall (2006),

[...] a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre ‘sendo formada’. (HALL, 2006, p. 38)

Bauman (2005) enriquece a discussão sobre o tema ao usar a metáfora do quebra-cabeças. De acordo com suas considerações, não somos como um quebra-cabeças, pois não possuímos um manual de instruções antes de iniciar a montagem de nossa identidade ou a imagem final de quem seremos, muito menos a certeza de que estamos no caminho certo. Pelo contrário, começamos por “uma série de peças já obtidas ou que pareçam valer a pena ter, e então se tenta descobrir como é possível agrupá-las e reagrupá-las para montar imagens (quantas?) agradáveis” (BAUMAN, 2005, p. 55).

A elaboração de quem nós somos é a descoberta de um universo com inúmeras possibilidades. Nesse processo, por vezes, não nos reconhecemos em nossas atitudes, as questionamos e buscamos novos caminhos. As indagações sobre quem realmente somos se desenvolvem como um processo subjetivo, através do qual elementos objetivos são refletidos e refratados na identidade individual dos sujeitos. Para Bauman (2005),

Afinal de contas, perguntar “quem você é só faz sentido se você acredita que possa ser outra coisa além de você mesmo; só se você tem uma escolha, e só se o que você escolhe depende de você; ou seja, só se você tem de fazer alguma coisa para que a escolha seja “real” e se sustente (BAUMAN, 2005, p. 25).

Só descobrimos quem realmente somos ao trilhar os caminhos, ao vivenciar. Criamos nossa identidade a todo tempo, em cada encontro, pessoa ou experiência vivida. Identidade é movimento e acreditar que isso é uma inverdade possivelmente nos colocaria na situação descrita por Bauman (2005):

Uma identidade coesa, firmemente fixada e solidamente construída seria um fardo, uma repressão, uma limitação da liberdade de escolha. Seria um presságio da incapacidade de destravar a porta quando a nova oportunidade estiver batendo. Para resumir uma longa história: seria uma receita de inflexibilidade [...] (BAUMAN, 2005, p.60).

Nossa construção é como uma colcha de retalhos e mesmo que tenhamos a ilusão de saber quem somos, isso cai por terra quando nos deparamos com falhas ou rupturas nesse entendimento.

Entretanto, embora o sujeito esteja sempre partido ou dividido, ele vivencia sua própria identidade como se ela estivesse reunida e “resolvida”, ou unificada, como resultado da fantasia de si mesmo como uma ‘pessoa’ unificada que ele formou na fase de espelho. Essa, de acordo com esse tipo de pensamento psicanalítico, é a origem contraditória da “identidade” (HALL, 2006, p. 38).

Como aponta Stuart Hall através de uma leitura de Lacan (*apud* HALL, 2006, p.37), a ideia de ser unificado não é algo que aprendemos com facilidade, mas sim algo que nos é ensinado e que começa a ser desenvolvido na infância através de nossas fantasias em relação aos nossos pais, ou seja, a nossa visão sobre eles, o que Lacan chama de “fase do espelho”. Em outras palavras, somos formados através de um processo de subjetivação do olhar do outro.

Como foi dito anteriormente, o processo de consolidação da identidade se inicia ainda na infância e ressalta a importância de um dos seus principais componentes: o Outro. Como diz Hall (2006):

A formação do eu no ‘olhar’ do Outro, de acordo com Lacan, inicia a relação da criança com os sistemas simbólicos fora dela mesma e é, assim, o momento da sua entrada nos vários sistemas de representação simbólica – incluindo a língua, a cultura e a diferença sexual (HALL, 2006, p. 37-38).

Essas representações simbólicas abordadas por Hall (2006) englobam as diversas definições identitárias coletivas como por exemplo: nacionalidade, gênero, classe social, cultura, etnia, religião, posições políticas e geração, as quais, muitas vezes, já estamos inseridos antes mesmo do nosso nascimento e possuem valores e sentimentos característicos que começam a nos definir antes mesmo de termos conhecimento sobre isso. É preciso ter em mente que toda construção identitária individual se baseia num feixe de identidades coletivas.

Pollak (1992) complementa, “A construção da identidade é um fenômeno que se produz em referência aos outros, em referência aos critérios de aceitabilidade, de admissibilidade, de credibilidade, e que se faz por meio de negociação direta com os outros” (POLLAK, 1992, p. 204).

Esse acordo que fazemos conosco e com a sociedade, implica em me afirmar ou me opor perante ao Outro e é somente através dessa escolha que defino minha identidade, colocando em jogo a necessidade de reconhecimento e a noção de diferença (BAUMAN, 2005; HALL, 2006).

O ato de pertencer se liga intimamente a ideia de comunidade, como bem define Bauman (2005):

Existem comunidades de vida e destino, cujos membros (segundo a fórmula de Siegfried Kracauer) ‘vivem juntos numa ligação absoluta’, e outras que são ‘fundidas unicamente por ideias ou por uma variedade de princípios. [...] A questão da identidade só surge com a exposição a ‘comunidades’ da segunda categoria – e apenas porque existe mais de uma ideia para evocar e manter unida a ‘comunidade fundida por ideias’ a que se é exposto em nosso mundo de diversidades e policultural (BAUMAN, 2005, p.17).

Nas ideias expressas por Bauman (2005), a palavra comunidade não se traduz somente em aspectos sociais como o grupo ao qual se pertence (família, amigos, sociedade e nação, por exemplo), mas se estende a uma ideia mais ampla de partilhar ideias e conhecimentos.

Crescemos acreditando que o local de nascimento é o condicionante mais importante na definição de nossa identidade porque é através dele que mantemos “vínculos a lugares, eventos, símbolos, histórias particulares” (HALL, 2006, p. 76), ajudando a incutir o sentimento de pertencimento e memória em

nós. Hall (2006) nos elucida que “essas identidades nacionais não são natas, mas sim formadas e transformadas” (HALL, 2006, p. 48) e completa:

No mundo moderno, as culturas nacionais em que nascemos se constituem em uma das fontes de identidade cultural. [...] Essas identidades não estão literalmente impressas em nossos genes. Entretanto, nós efetivamente pensamos nelas como se fossem parte de nossa natureza essencial” (HALL, 2006, p. 47).

Com a globalização e a queda das barreiras comerciais, culturais, sociais e políticas, a ideia de nação perdeu um pouco sua força de autoafirmação ventilada desde a formação dos Estados nacionais. Essa aproximação entre os países expôs uma “tensão entre o ‘global’ e o ‘local’ na transformação das identidades” (HALL, 2006, p.76), já que com o livre acesso a outros países, produtos e serviços a noção de limite está se desfazendo.

Os intercâmbios, as imigrações e as diásporas muito frequentes nos últimos anos nos fazem pensar no conceito de *tradução*, abordado por Stuart Hall (2006),

Este conceito descreve aquelas formações de identidade que atravessam e intersectam as fronteiras naturais, compostas por pessoas que foram dispersadas para sempre de sua terra natal. Essas pessoas retêm fortes vínculos com seus lugares de origem e suas tradições, mas sem a ilusão de um retorno ao passado. Elas são obrigadas a negociar com as novas culturas em que vivem, sem simplesmente serem assimiladas por elas e sem perder completamente suas identidades (HALL, 2006, p. 88).

Isso coloca em questão um conceito de Giddens (*apud* HALL, 2006) que Hall traz a luz: a separação entre espaço e lugar.

Nas sociedades pré-modernas, o espaço e o lugar eram amplamente coincidentes, uma vez que as dimensões espaciais da vida social eram, para a maioria da população, dominadas pela presença” – por uma atividade localizada [...] A modernidade separa, cada vez mais, o espaço do lugar, ao reforçar relações entre outros que estão “ausentes”, distantes (em termos de local), de qualquer interação face-a-face. Nas condições da modernidade [...], os locais são inteiramente penetrados e moldados por influências sociais bastante distantes deles. O que estrutura o local não é simplesmente aquilo que está presente na cena: a “forma visível” do local oculta as relações distanciadas que determinam sua natureza (GIDDENS, 1990, *apud* HALL, 2006, p.72).

Para ele, “lugar” é aquilo que conhecemos e onde criamos “raízes”, “o ponto de práticas sociais específicas que nos moldaram e nos formaram e com as quais nossas identidades estão estreitamente ligadas” e o “espaço” seria por onde passo ou consigo utilizar um meio de transporte para me locomover (HALL, 2006, p. 72).

Assim como o pertencimento faz parte do processo de construção da identidade, ambos possuem as mesmas características, como descreve Bauman (2005):

Tornamo-nos conscientes de que o “pertencimento” e a “identidade” não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o “pertencimento” quanto para a “identidade” (BAUMAN, 2005, p. 17).

Como diz Pollak (1992) “a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução em si” (POLLAK, 1992, p.204).

Então, identidade e memória andam juntas na construção social do indivíduo. Para Pollak (1992),

A priori, a memória parece ser um fenômeno individual, algo relativamente íntimo, próprio da pessoa. Mas Maurice Halbwachs, nos anos 20-30, já havia sublinhado que a memória deve ser entendida também, ou sobretudo, como um fenômeno coletivo e social, ou seja, como um fenômeno construído coletivamente e submetido a flutuações, transformações, mudanças constantes (POLLAK, 1992, p. 201).

2.1 A QUESTÃO DA IDENTIDADE NA GASTRONOMIA

Em geral, a cozinha pode se definir como um conjunto de técnicas dirigidas à preparação dos alimentos. Mas, mesmo em uma acepção assim tão ampla e tão simples, se observa que, de acordo com as sociedades, as épocas e os lugares, o conjunto dessas técnicas pode ser mais ou menos inclusivo, ou seja, pode compreender um número muito variável de operações em função da especialização das atividades, de seu maior e menor nível de profissionalização, de sua eventual integração com a economia comercial (MONTANARI, 2008, p.59).

A produção dos alimentos assim como o ato de comer revela um aspecto importante dentro da cultura de qualquer país. Hábitos, alimentos específicos e gostos são partilhados e criam um ambiente familiar, um “lugar” de acordo com as definições de Giddens (*apud* HALL, 2006).

Como aponta Franco, “Os hábitos alimentares têm raízes profundas na identidade social dos indivíduos” (FRANCO, 2001, p. 24). Essa identidade vem carregada de vários aspectos geográficos, históricos, culturais, sociais, religiosos e econômicos, colaborando para a composição de um repertório gustativo e sensorial únicos.

A criação do gosto como elucida Franco, “é, portanto, moldado culturalmente e socialmente controlado. O homem nasce em estado semifetal e necessita de um longo período de aprendizado, antes de integrar-se às estruturas sociais” (FRANCO, 2001, p. 24). Podemos observar essa construção da identidade na gastronomia de cada país e principalmente essa influência refletida no *menu* dos restaurantes mais famosos e nos *chefs* que a produzem. Entretanto, esse processo se dá de maneira lenta, sendo resultado da soma do conhecimento científico ao conhecimento do senso comum.

Como afirma Montanari (2008), “A comida é expressão da cultura não só quando produzida, mas também quando preparada e consumida” (MONTANARI, 2008, p.7).

De acordo com Montanari (2008): “A qualidade da comida, portanto, além da quantidade, tem forte valor comunicativo e exprime imediatamente uma identidade social” (MONTANARI, 2008, p.125-126). Portanto, ao escolher os alimentos que serão produzidos, estamos ao mesmo tempo mostrando nossa identidade e passando uma mensagem sobre nossas ideias e crenças.

De acordo com Palmer (2010), os indivíduos utilizam as estruturas sociais e culturais para organizar, guiar e dar sentido às suas vidas, sendo o trabalho, a família e a religião alguns desses núcleos. É através dessas estruturas e dos conceitos fundamentais como família, pertencimento, identidade e comunidade que indivíduos e grupos os constroem e exploram à medida que experimentam o mundo ao seu redor.

Ao desempenhar nosso trabalho, imprimimos nossos valores, características, crenças, atitudes e hábitos, além de criarmos um ambiente de socialização (PALMER, 2010). Assim como completa Palmer (2010): “Então, o trabalho e, mais especificamente o emprego realizado pelas pessoas ajudam a estruturar o modo como elas pensam e sentem sobre o que significa estar no mundo, sua identidade” (PALMER, 2010, p. 5, tradução nossa).

No caso mais específico da gastronomia, a identidade de um *chef* e o impacto de seu prestígio “são baseados na sua formação profissional, nos seus estudos e conhecimento na área, na sua reputação e na necessidade do surgimento de novas formas de cozinhar trazidas pela *nouvelle cuisine*” (PALMER, 2010, p.16, tradução nossa).

Dentro desse ambiente existem alguns pontos que propiciam o reconhecimento do trabalho do *chef* dentro de seu contexto social, “[...] a combinação dessas dinâmicas - física, cultural e psicológica - sustenta seus sentimentos de superioridade e *status*, apoia a visão de que a ocupação do *chef* é mais do que apenas um trabalho, é um trabalho sagrado” (PALMER, 2010, p.19, tradução nossa).

Como Palmer (2010) pontua, ainda existem poucos estudos na área que relacionam o conceito de identidade e pertencimento na gastronomia, sendo que esses processos ajudam a construir e reforçar a noção do que é ser *chef* para um indivíduo. Para Palmer (2010), pertencer implica em compartilhar histórias, cultura, língua e tradições gastronômicas, além de ter disciplina, vocação, paixão e dedicação.

Em termos dessa discussão, o mundo do *chef* é acessado por meio de conversas com os *chefs* sobre o que significa ser um *chef*, sobre o “conhecimento secreto” e as maneiras pelas quais ele pode ser empregado para denotar pertencimento e identidade (PALMER, 2010, p.9, tradução nossa).

Por partilhar ideias e pensamentos semelhantes, os cozinheiros desenvolvem sua identidade, tornando-se uma “comunidade de destino”, conceito descrito por Bauman (2005). Isso é corroborado pela fala de Anthony Bourdain: “[...] os *chefs* compartilham uma visão de mundo peculiar, juntamente com costumes, rituais e práticas incomuns que os definem como uma tribo” (PALMER, 2010, p. 10, tradução nossa). Palmer (2010) continua a desenvolver esse tema falando:

Tal grupo compartilha coletivamente conhecimento, treinamento e experiência semelhantes e, como chefes de cozinha, eles empregam pessoas como parte da brigada da cozinha e, portanto, desempenham um papel importante na formação e socialização de outros *chefs* (PALMER, 2010, p.13, tradução nossa).

A globalização permitiu a conexão de diversas áreas do planeta. Ao mesmo tempo que essa aproximação trouxe o crescimento das trocas produtos, serviços, pessoas, culturas, costumes e tradições, também trouxe consigo uma busca pela diferenciação. Como aponta Stuart Hall (2006):

[...] ao lado da tendência em direção à homogeneização global, há também uma fascinação com a diferença e com a mercantilização da etnia e da ‘alteridade’. Há, juntamente com o impacto do “global”, um novo interesse pelo “local”. A globalização (na forma de especialização flexível e da estratégia de criação de “nichos” de mercado), na verdade, explora a diferenciação local. Assim ao invés de pensar no global como “substituindo” o local seria mais acurado pensar numa nova articulação entre “o global” e “o local” (HALL, 2006, p.77).

Ao invés de ampliar o repertório cultural, a globalização imprimiu uma espécie de padrão que deve ser seguido, principalmente na gastronomia, como aponta Montanari (2008):

Pareceria um paradoxo, mas não é: o início do processo de uniformização e, potencialmente, de globalização dos mercados e dos modelos alimentares estimulou um novo cuidado em relação às culturas locais, a invenção – com base em fragmentos transmitidos pela história – de “sistemas” que gostamos de denominar de cozinhas regionais. Não se pode dizer que tenha nascido do zero, porque as diferenças locais sempre existiram: mas a territorialidade como noção e como dado positivo é uma invenção nova (MONTANARI, 2008, p.141).

O contraponto entre o “global” e o “local” trabalhados por Hall (2006) se insere perfeitamente no contexto atual da gastronomia onde a diferenciação e a busca por uma identidade gastronômica ora se apoiam no *terroir*, ora se apoiam na *fusion cuisine* para trazer uma novidade, uma nova mercadoria.

Não há restaurante da moda que não ostente, como elemento de qualidade, a proposta de uma cozinha vinculada ao território e aos alimentos frescos do mercado. Essa escolha, substancialmente inovadora, mesmo que baseada em elementos da tradição, desenvolve-se em concomitância com vários fenômenos, tanto de caráter econômico quanto cultural (MONTANARI, 2008, p.142).

Trazendo esses conceitos para a construção da identidade gastronômica, como afirma Bauman (2008) “na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria [...]” (BAUMAN, 2008, p. 20).

3 O PROCESSO CRIATIVO

Parafraseando o livro do Gênesis no começo tudo era *ideia*. Assim, subitamente a ideia “se faz carne”, ganha um corpo e um rosto concretos, se cria, ganha vida. É dessa forma que as coisas se iniciam. Tudo parte de um início, meio sem sentido e com um milhão de possibilidades, que só se tornam inteligíveis ao longo do processo.

Depois de formada a ideia inicial, as primeiras tentativas começam a se tornar plausíveis, encontrando caminhos criativos e se traduzindo em algo concreto. Elas vão ganhando força e se unem ao aprendizado, às experiências anteriores e às discussões sobre o assunto. O que era apenas um embrião, vai se moldando de uma forma quase mágica e intuitiva, mas carregada de conhecimento. Enfim surge a invenção. De maneira bem coloquial, é assim que podemos descrever o processo criativo. Uma página em branco que em algum momento ganha corpo e dá origem a algo inesperado, revolucionário. Dessa maneira se dá o processo criativo. (BARTH, 2015)

A partir de um material previamente existente, o homem exerce através do seu trabalho sua capacidade de criar, projetando as ideias produzidas pela sua imaginação. O ato de criar sempre foi algo que fascinou os pensadores e filósofos das mais diversas tradições.

Graham Wallas foi um dos pioneiros na sistematização do processo criativo, criando em 1926 um modelo de organização da criatividade no livro intitulado *The art of thought*. Ele tentou descrever em etapas como se dava esse processo, dividindo-o em quatro partes: preparação, incubação, iluminação e verificação. A fase inicial seria o momento de encontro com o problema a ser resolvido. Na segunda etapa ocorreria um certo distanciamento do objeto a ser solucionado. Nesse momento, as experiências pessoais e memórias do indivíduo começariam a ser acionadas para encontrar a resposta. A iluminação seria o momento em que a ideia surge e a última etapa consistiria em usar a razão, fazer testes e avaliar se realmente o resultado final é satisfatório ou não (SANTOS, 2017).

Em seu trabalho “*Do gênese ao clímax: um levantamento bibliográfico não definitivo sobre o processo criativo*”, Barth (2015) expõe os conceitos criados por outros nove autores. A premissa é basicamente a mesma criada por Wallas.

Todas possuem em comum uma análise do problema, a reunião de informações e busca por referências, a organização das ideias, a avaliação do processo e a apresentação do resultado final. O que varia é apenas o número de etapas que cada um deles propõem. Como Van Oech (*apud* BARTH, 2015) resume bem, podemos dividir em apenas duas fases principais: a fase de germinação das ideias e a fase prática, onde a ideia se transforma em ação. Podemos perceber em todos os estudos a presença dos mesmos coadjuvantes: a euforia, o impasse, a intuição, as experiências anteriores, os conflitos e os erros, por exemplo.

Mesmo com essa toda elaboração teórica sobre o tema, assim como Boden (*apud* BARTH, 2015) afirma “[...] talvez nunca se consiga explicar perfeitamente como se processa a criação das ideias. Daí também, não ser provável que se possa formular rigorosamente o processo criador” (BARTH, 2015, p.128).

Outro ponto bastante importante na construção de qualquer processo criativo é a criatividade, que serve como alavanca dessa engrenagem. Mas o que é criatividade? Esse é um tema bastante discutido na psicologia e em outras áreas do desenvolvimento humano, porém, muitos levam em consideração apenas os componentes de sua formação e não a compreendem em sua totalidade. Para Alencar (*apud* ZORZAL, 2001, p. 6), a criatividade seria “o processo humano que possibilita a emergência de um produto novo ou inovador, por uma ideia ou invenção original ou pela reelaboração e aperfeiçoamento de produtos ou ideias já existentes”. Além disso, “A criatividade leva a um processo de mudança e desenvolvimento pessoal e social [...]” (OLIVEIRA, 2010, p. 90).

Para que o novo ganhe espaço é preciso exercitar as muitas possibilidades, num esquema de tentativa e erro. Ao contrário do que muitos acreditam, a inspiração não é algo que acontece apenas espontaneamente. Para Kanematsu (2016), a criatividade apresenta características que possibilitam o surgimento das ideias, sendo elas:

[...] fluência, originalidade, elaboração e flexibilidade. A fluência refere-se ao número total de ideias significativas (respostas) geradas, enquanto a originalidade se relaciona com a raridade das respostas. Elaboração é a quantidade de detalhes nas respostas e a flexibilidade corresponde ao número de diferentes grupos de respostas (KANEMATSU, 2016, p. 10).

É preciso ter em mente que ser criativo tem uma conotação bastante subjetiva e difere de acordo com alguns critérios como cultura, sociedade e época, por exemplo. De acordo com Oliveira (2010),

Também no tocante às diferenças de enfoques, os orientais incluem em suas concepções de criatividade os valores sociais e morais, o coletivismo e maior valor à conexão novo e velho. Ainda, executam atividades criativas diferentemente dos ocidentais, e as razões para isso podem estar ligadas aos valores sociais, educação e grau de modernização. Já os ocidentais tendem a focar características individuais, sucessos pessoais, gosto estético e humor (OLIVEIRA, 2010, p. 88-89).

Ao estudar a criatividade, esbarramos na categorização proposta por Martinez (*apud* ZORZAL, 2001, p. 6) dos cinco enfoques globais fundamentais: quem produz, o que produz, como produz, as condições de quem produz e como esses fatores condicionantes se interligam e dão origem à criatividade. Zorzal (2001) acrescenta ainda a esses enfoques: para quem se produz e com que finalidade se produz.

Destrinchando esses componentes entendemos que quem lidera a criação é a pessoa criativa, que desenvolve um produto criativo através de um processo criativo, o que Kanematsu (2016) define como os três níveis da criatividade. Contudo, é fundamental compreender os fatores que possibilitam essa criação.

Existem diversas teorias sobre criatividade que salientam os processos cognitivos do indivíduo, as que levam em consideração fatores externos ao indivíduo, como a interação com o ambiente em que se vive e outras que relacionam o comportamento e a influência do mercado e da economia (KANEMATSU, 2016).

Entretanto, segundo Zorzal (2001), a criatividade é inerente ao ser humano e está presente em todos os indivíduos, mas se manifesta de maneira diferente e singular em cada um. Ela está vinculada diretamente com a realidade em que se vive e necessita de condições propícias para se libertar. Esses condicionantes não são apenas genéticos ou ambientais como alguns estudiosos acreditam, mas sim uma conjunção de fatores socioculturais, psicológicos e educativos de que esses indivíduos se nutriram para conseguir

exercitar sua criatividade.

Porém, como aponta Runco (*apud* OLIVEIRA, 2010, p.84),

[...] toda pessoa tem potencial para ser criativa, mas nem todas realizam esse potencial, por não terem oportunidades de desenvolvê-lo. A criatividade precisa ser exercitada com persistência, existindo para isso técnicas e estratégias de pensamento que auxiliam no desenvolvimento do potencial criativo.

Além das questões objetivas ligadas à formação dessa entidade criativa, precisamos levar em consideração também as questões subjetivas como a influência da percepção, das experiências pessoais, da memória, da intuição e do acaso no processo criativo.

De acordo com Pantaleão (2009), a percepção: “Define-se como o processo de organizar e interpretar dados sensoriais recebidos, para desenvolver a consciência do que está em volta e até de si própria” (PANTALEÃO, 2009, p. 438).

Nosso processo perceptivo “Na realidade é composto de produtos de memória, ou seja, o cérebro, em uma rápida observação do ambiente, interpreta eventos à luz da experiência prévia. É claro que parte do desenvolvimento de tal capacidade baseia-se na acumulação de experiência” (PANTALEÃO, 2009, p.440).

Experiências emocionais intensas ajudam a memorizar eventos e fatos por um período mais longo de tempo, e assim são mais importantes para originar ideias do que o conhecimento teórico [...] A tomada de decisões do indivíduo refere-se a conhecimentos prévios, que são registrados pela memória emocional. Esta por sua vez, foi moldada ao longo do caminho, pelo sofrimento e prazer vivenciados na interação com outros e com o mundo. (POMBO; TSCHIMMEL *apud* PANTALEÃO, 2009, p.438).

Para Pantaleão (2009), a intuição e o acaso compõem uma parte importante no processo criativo.

Parte-se da hipótese de que criatividade, intuição e acaso possuem natureza equivalente. Considera-se que o acaso como potência de causa fortuita cuja origem imprevisível está além da intenção racional, e intuição como contemplação imediata atingida sob ordem diversa das que se atinge pela razão ou conhecimento analítico (PANTALEÃO, 2009, p. 436).

Entretanto como aponta Pantaleão (2009) a intuição advém da mistura de diversos fatores como: estudo persistente, esforço, meditação e ócio criativo.

De acordo com Oliveira (2010), existem diversos fatores que influenciam no desenvolvimento da criatividade, alguns desses são: a saúde, família, a escola, o contexto sociocultural e o ambiente de trabalho.

Somos um organismo complexo, dotado de corpo, mente e alma. Uma engrenagem que só funciona em harmonia quando esses três componentes estão equilibrados e para que a criatividade seja exercitada, esse equilíbrio deve ser mantido. A saúde do corpo também é apontada por Oliveira (2010) como um dos fatores fundamentais da criatividade. Segundo Oliveira (2010):

O vínculo entre criatividade e saúde é complexo e não linearmente causal. É possível vê-lo em duas dimensões: a primeira delas liga-se à emoção e afirma mesmo que “a criatividade é, antes de tudo, um importante espaço de produção de emoções”; a segunda refere-se às configurações subjetivas associadas aos processos de criatividade e de saúde (OLIVEIRA, 2010, p. 89).

A família é nosso primeiro contato com o mundo e onde temos nossas primeiras experiências e o aprendizado inicial. Como mostra Oliveira (2010), “Nos primeiros anos de vida, os atributos de personalidade dos pais, sua forma de agir e criar os filhos, o ambiente do lar e a forma de relacionamento são elementos de influência no desenvolvimento do potencial criativo” (OLIVEIRA, 2010, p. 84). Essa compreensão sobre a importância dos pais como principais formadores dos gostos pessoais de um indivíduo se relaciona com as teorias de Lacan sobre a “Fase do espelho”, abordada no primeiro capítulo.

A importância dos pais e familiares é fundamental para a promoção de estímulos e experiências que favoreçam a criatividade (OLIVEIRA, 2010). Em um estudo feito por Esquivel e Hodes (*apud* OLIVEIRA, 2010, p.85) foi possível perceber que “[...] os pais mais estimuladores da criatividade aceitavam a criança como indivíduo, davam-lhe autonomia e oportunidades criativas, enquanto formavam seus hábitos e estimulavam traços da personalidade” (OLIVEIRA, 2010, p. 85).

O segundo ambiente onde moldamos nossa capacidade produtiva é a escola. Neste lugar entramos em contato com realidades diferentes da nossa, seja através de amigos, dos professores ou de outros funcionários. Esses

personagens são imprescindíveis na construção do caráter, do desenvolvimento moral, ético, intelectual e da criatividade, visto que esta pode ser aprendida e estimulada. Cabe às escolas, aos centros de formação e às universidades ensinar seus alunos a exercitarem essa capacidade (OLIVEIRA, 2010).

O ambiente sociocultural possui um forte impacto na construção da criatividade, pois como Cropley (*apud* OLIVEIRA, 2010) elucida: “O produto é a face pública da criatividade e precisa ser examinado pela sociedade e receber ou não o aval dela” (OLIVEIRA, 2010, p.88) e continua dizendo que “a sociedade não é simplesmente um receptor passivo dos produtos das pessoas criativas, mas ela própria determina que espécie de novidade deve ser produzida” (OLIVEIRA, 2010, p.88).

Para nos mantermos em uma sociedade um dos principais meios de subsistir e participar ativamente é por meio do trabalho. Ao mesmo tempo em que produzimos algo para o coletivo, também estamos nos constituindo como indivíduo. O ato de produzir algo demanda de nós estratégias para solucionar os problemas, ou seja, temos que usar nossa criatividade. Entretanto, esta força não é resultado apenas da individualidade, mas também da interação com o meio. De acordo com Masi (*apud* OLIVEIRA, 2010, p.87), “a criatividade pode brotar não como fruto de um só indivíduo, mas de grupos e de coletividades. A criatividade grupal decorre da combinação das personalidades que compõem o grupo e daquilo que as motiva” (OLIVEIRA, 2010, p. 87).

Anzieu (*apud* BARTH, 2015, p.125) reafirma a necessidade do grupo como um fator de confiança para o prosseguimento do trabalho, já que a solidão do ser criativo pode vir acompanhada de temor e descrença do resultado final.

Atualmente, as empresas perceberam a importância da criatividade como um diferencial no mercado. Segundo Alencar e Fleith (*apud* OLIVEIRA, 2010, p.87) as corporações incentivam o desenvolvimento dessa habilidade “[...] uma vez que necessitam diversificar produtos, antecipar demandas, recrutar e reter bons empregados e melhorar a qualidade de produtos e serviços, até como questão de sobrevivência no mercado” (OLIVEIRA, 2010, p. 87).

3.1 O PROCESSO CRIATIVO NA GASTRONOMIA

De acordo com Zorzal (2001), criar é uma maneira de transformar a realidade e isso se relaciona com o conceito de trabalho desenvolvido por Karl Marx. Logo, criatividade e trabalho são as duas faces de um mesmo processo. O ato de trabalhar e produzir, assim como o ato de cozinhar o nosso próprio alimento nos diferencia dos outros animais, possibilitando nossa vida em sociedade e gerando cultura.

A cultura é um conjunto constituído por padrões de comportamento, crenças, conhecimentos, costumes, que são transmitidos de geração a geração e que distinguem um grupo social, bem como estruturam os indivíduos a interagirem com seu ambiente psíquico e social (OLIVEIRA, 2010, p. 88).

Não existe cultura e, portanto, arte culinária fora de um determinado ordenamento. Levi-Strauss (2004) insiste que a cozinha é uma linguagem que possui as suas codificações específicas dentro de determinadas culturas que, por sua vez, se constituem como sistemas de significação mais amplos, dentro dos quais toda culinária específica se torna inteligível, expressando determinados valores éticos e estéticos. Então, podemos dizer que comida é linguagem na medida em que

Possui um léxico – os produtos – e uma sintaxe – a refeição – e constitui-se assim como uma gramática complexa, em que a ordem dos pratos segundo critérios de sequência, associação e relação recíproca, identifica sujeitos principais, no caso ocidental especialmente as carnes e o pão, e os seus complementos. Os molhos, sem um sentido autônomo, servem de elementos de ligação para os conteúdos, como a preposição ou conjunções, enquanto os condimentos adjetivam de qualidades o sentido dos pratos. A retórica é o modo de preparar, servir e consumir, podendo ir do ritualismo silencioso dos monges à voracidade espalhafatosa dos banquetes (MONTANARI, 2008, p.10- 11).

Para conseguir superar a monotonia e, muitas vezes, algumas adversidades, o homem precisou desenvolver habilidades específicas e a criatividade para reinventar seu ritual alimentar cotidiano. Em busca de novas referências e ideias, o ser humano se apropria de outras ideias e criações para

que ele possa criar. Assim como elabora Zorzal (2001):

[...] essa “agregação coletiva de inumeráveis contribuições dos mais variados indivíduos “anônimos” - ainda que isoladamente -, revela-se pouco perceptível. Por conseguinte, tal fato nos remete ao caráter necessariamente coletivo de toda e qualquer produção criativa, já que dificilmente haveríamos como conceber um só ato imaginativo que não envolva, de algum modo, elementos *humano-genéricos* em sua conformação (ZORZAL, 2001, p. 13).

Mesmo com todo estudo e desenvolvimento que um *chef* é capaz de produzir, seu trabalho só consegue ter consistência suficiente através do suporte dado pelos que o cercam e por toda as referências imagéticas, gustativas e sensoriais que ele acumula ao longo de sua vida e jornada profissional. Para trabalhar a construção do processo criativo na gastronomia e o papel da identidade nesse contexto, é fundamental a ampliação do conceito de comensalidade. No entendimento de Montanari (2008), “A própria etimologia da palavra ‘convívio’ sugere isso, identificando o viver junto (*cum-vivere*) com o comer junto” (MONTANARI, 2008, p.159). Na cozinha, a convivência diária aproxima as pessoas que trabalham juntas e as faz dividir mais de dez/ doze horas de trabalho, num ambiente, muitas vezes, hostil e cansativo. Essa relação acaba por construir um vínculo importante entre os cozinheiros, criando laços quase familiares entre eles.

A cozinha se torna um laboratório de experiências com ingredientes, técnicas, sabores e texturas diferentes, reunindo produtos locais ou oriundos de diversos países e culturas diferentes. Seu uso aparece desvinculado do usual, ocorrendo misturas.

O mesmo vale para os ‘pratos’, ou seja, para as especialidades locais. Assim como os produtos, os pratos também se mostram, talvez desde sempre, vinculados ao território, aos recursos, às tradições. Mas também nesse caso se delinea historicamente um objetivo impróprio: não mais distinguir as especialidades e utilizá-las como sinal identificador de culturas diversas, mas ajuntá-las, confundi-las, misturá-las (MONTANARI, 2008, p.137).

Esse amálgama serve para que o *chef* e sua equipe possam contar uma história, produzir uma sensação específica, expressar um sentimento, transformar uma memória em imagem, em um prato e levar o comensal para uma jornada de sabores. Devido às características próprias da arte

gastronômica, essa trajetória só pode ser concretizada no momento em que o prato é apreciado, degustado em todas as suas nuances. Caso isso não aconteça, este não será nada além de um monte de comida organizada de maneira lógica, com ingredientes selecionados e seguindo um determinado modo de preparo. Somos seres que não nos alimentamos apenas para nutrir nosso corpo. Para nós o alimento estabelece um vínculo entre nossa evolução (física e psicoemocional) e nossa afetividade e é através dessa ligação entre a satisfação e a memória que a experiência gastronômica se conclui.

Quando se prepara o alimento com arte, transforma-se o que era apenas um alimento para o corpo em estética, prazer e alimento para o espírito; tem-se, então gastronomia, porquanto sua forma, textura, sabor, aroma, cores, temperatura etc., compõem-se um conjunto harmonioso que oferece a quem prova, além de alimento, a experiência do belo em mais de um sentido. É a estética do gosto (BRAUNE e FRANCO, 2007, p. 12).

Por criar algo artístico, os *chefs* ganham *status* de artista e como tal são reconhecidos por suas criações e sempre necessitam de algo novo para se manter nesse patamar ou alcançá-lo, surgindo a busca por referências, inspirações e a necessidade de um método que auxilie a criação. (HEGARTY, 2001)

A evolução da gastronomia como modelo de refinamento começou a surgir no século XVII através da importância dada pelo rei Luís XIV em receber com banquetes suntuosos. Alguns cozinheiros se tornaram muito famosos nessa época como Vatel, La Varenne e Carême. Esses *chefs* fundaram um movimento de renovação dos costumes medievais e o surgimento de uma cozinha preocupada com a estética e com um paladar requintado. Entretanto, nessa época havia uma preocupação mais estética voltada para a apresentação dos pratos que ficavam expostos à mesa durante todo jantar e serviam para mostrar a exuberância e o poder da monarquia (MYHRVOLD, 2011, p.15).

Somente a partir dos anos 1960 com o movimento na *Nouvelle cuisine*, a gastronomia passa por uma revolução no modo de preparar a comida. A tradição começa a ser abandonada, iniciando assim os experimentos e a criação de novos pratos baseados numa nova concepção de sabor, ingredientes e técnicas. Com a mudança do serviço à francesa (pratos são servidos de uma única vez) para o serviço à russa (onde os pratos eram servidos um por vez) o que

requisitou uma nova forma de apresentação dos pratos, agora eram empratados individualmente. Isso trouxe a necessidade de pensar uma forma e um modo de construção imagética mais apurado. Entretanto, ao mesmo tempo em que esse movimento trazia novidades em alguns aspectos, ele se voltava para a tradição, cultuando ingredientes locais e a cultura regional, sendo uma espécie de precursor do Modernismo (MYHRVOLD, 2011).

O que chamamos de cultura coloca-se no ponto de intersecção entre tradição e inovação. É tradição porque constituída pelos saberes, pelas técnicas, pelos valores que nos são transmitidos. É inovação porque aqueles saberes, aquelas técnicas e aqueles valores modificam a posição do homem no contexto ambiental, tornando-o capaz de experimentar novas realidades. Inovação bem-sucedida: assim poderíamos definir tradição. A cultura é a interface entre as duas perspectivas (MONTANARI, p.26-27).

A chegada de Ferran Adrià possibilitou a ascensão do Modernismo, movimento artístico bastante representativo que tinha como intuito chocar e transgredir as normas estabelecidas, na gastronomia. Mesmo que tardiamente, esse novo modo de fazer gastronômico elevou os *chefs* de cozinha à categoria de artista. Com técnicas diferenciadas, principalmente utilizando tecnologia e a química, ingredientes inusitados e com o foco voltado para experiência do jantar trazido pelas construções arquitetônicas de seus pratos, produziam efeitos e, principalmente, emoção, convidando o cliente a interpretar e se relacionar com o prato (MYHRVOLD, 2011).

De acordo com Hegarty (2001), “[...] a gastronomia moderna passou do puramente utilitário para o artístico e pode reivindicar o cumprimento dos vários critérios necessários para ser considerada essencialmente uma arte” (HEGARTY, 2001, p. 8, tradução nossa).

A comida pode engajar nossos sentidos, nossas mentes e nossas emoções tão profundamente quanto palavras cuidadosamente escolhidas ou pinceladas. Indiscutivelmente, nossa relação com a comida é ainda mais íntima porque a consumimos diretamente. Portanto, não há razão fundamental para que a comida não possa ser arte - ela tem todos os pré-requisitos certos (MYHRVOLD, 2011, p.13, tradução nossa).

Esses pré-requisitos que elevam a gastronomia a um patamar artístico seriam os mesmos apontados por Harris (*apud* HEGARTY, 2001, p. 6) para

intitular a performance artística como arte: “o virtuosismo técnico, a fidelidade à tradição estabelecida e a criatividade.” Além disso, para ser considerada como tal, esta também precisa ter um significado.

Como bem relembra Hegarty (2001), “os gregos usavam a mesma palavra, *techne*, para definir arte e técnica” (HEGARTY, 2001, p. 7). A habilidade técnica é uma das principais formas de reconhecer um objeto de arte. Para atingir “uma alta performance em qualquer campo é necessário obter uma técnica que incorpore as experiências anteriores e as que estão sendo usadas atualmente, sem deixar de lado a liberdade de expressão” (HEGARTY, 2001, p.7, tradução nossa).

No caso da gastronomia, essa tradição gastronômica não se perdeu ao longo dos anos, pelo contrário é sempre reverenciada e ainda se mantém nas bases criadas pelos primeiros *chefs* como Escoffier e Carême, aprimorada pelos *chefs* da *Nouvelle Cuisine*: Bocuse e Ducasse, por exemplo e reinterpretada pelos *chefs* contemporâneos.

A criatividade expressada pela pelo ato de pensar e refletir seria aquele componente mágico e fundamental que promove a capacidade de transformar.

Finalmente, o *insight* em si pode ser esclarecido para o artista apenas à medida que o trabalho avança. Até lá, a ressonância original que exige expressão pode ser obscura e geral. Com frequência, é somente à medida que o trabalho prossegue que o artista passa a conhecer os detalhes da comunicação, pois dentro de sua consciência, a realidade e a própria subjetividade do artista se fundem em seu eu interior. A obra de arte revela posteriormente o coração do artista [...] (HEGARTY, 2001, p.11, tradução nossa).

Diversas áreas do pensamento humano que estudam a criatividade elaboraram seus próprios métodos para decodificar as etapas do processo produtivo. Entretanto, esse tipo de estudo ainda não havia sido feito no campo da gastronomia. Ottenbacher (2007) se baseou num estudo feito por Harrington em 2004 no qual ele fazia uma associação entre os conceitos desenvolvidos sobre processo criativo, aproximando os para a gastronomia. Nesse trabalho, Ottenbacher (2007) incorpora a este texto as entrevistas feitas com os *chefs* estrelados do *Guia Michelin* para entender como esse processo se dava na prática e os resultados desse trabalho podem ser resumidos na tabela abaixo:

Tabela 1. As quatro fases do desenvolvimento de inovação culinária

FASES	ELEMENTOS NO PROCESSO
Formulação de inovação culinária	<ul style="list-style-type: none"> • Definir o estágio • Selecionando a equipe interdisciplinar • Planejamento e processo de vinculação • Definição do produto • Liderança • Ciência gastronômica
Implementação da inovação culinária	<ul style="list-style-type: none"> • Formulação (s) • Protótipo • <i>Benchmarking</i> • Análise sensorial
Avaliação e controle	<ul style="list-style-type: none"> • Avaliação dos clientes • <i>Scale up</i> • Desenvolvimento de processos • Transferência de produtos • APPCC Análise (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle)
Introdução da inovação	<ul style="list-style-type: none"> • Suporte • <i>Feedback</i> continuado

Fonte: (OTTENBACHER, 2007, tradução nossa)

A primeira etapa definida por Ottenbacher chama-se *Formulação da inovação culinária*. Nessa etapa ele inclui a geração de ideias que pode ser obtida através de fontes externas de inspiração como os programas de televisão, livros sobre gastronomia, a visita a outros *chefs* e restaurantes, andar pelas

feiras e mercados, as viagens e o conhecimento de diversas culturais, a própria equipe e até mesmo clientes e de fontes internas, que já foram abordadas nesse capítulo (OTTENBACHER, 2007).

Após o momento inicial de coleta de ideias, o *chef* passa por uma fase de triagem dessas sugestões, “eliminando o que não interessa e se concentrando nas possibilidades com maior potencial de sucesso” (OTTENBACHER, 2007, p. 14, tradução nossa). Juntamente a essa parte mais inventiva, há uma análise do mercado que visa entender como os clientes se comportam e os possíveis retornos financeiros do investimento que será empregado para fazer essa ideia se tornar realidade. É importante ter em mente que nessa etapa a comunicação, força e interação da equipe são fundamentais para conciliação das diversas influências que surgiram nessa etapa. A figura do líder e sua experiência no ambiente gastronômico se mostra decisiva, já que ela vai unificar e dar forma ao projeto final (OTTENBACHER, 2007).

O estágio de implementação da inovação passa pela transformação da ideia em algo palpável, a construção do prato em si. É preciso utilizar os conceitos da ciência na composição do prato. De acordo com Ottenbacher (2007), “a harmonização ou contraste das combinações se baseiam em três principais aspectos: o sabor (doce- salgado, doce - azedo, por exemplo), a textura (macio-crocante, leve- pesado, por exemplo) e a cor (tons terrosos – cores vibrantes, por exemplo)” (OTTENBACHER, 2007, p. 19, tradução nossa). Além disso, há uma procura por produtos regionais/ locais e sazonais e o estudo dos alimentos, combinando entre o que pode ser melhor aproveitado em seu estado cru ou cozido. A criação desse protótipo passa pela habilidade artística e pelo talento dos *chefs* que

[...] determina como combinar os elementos, como apresentá-los de uma nova maneira. Assim, esta etapa parece ser parte de um processo contínuo de aprendizado usando *feedback* (memória) de pratos de sucesso anteriores para gerar novas ideias e inspiração usando *benchmarking* informal (comparação com os outros concorrentes/ restaurantes) (OTTENBACHER, 2007, p. 21, tradução nossa).

Devemos ressaltar aqui a importância dos ingredientes que serão usados nos pratos. Como foi salientado por Ottenbacher (2007),

Todos os *chefs* enfatizaram que a qualidade do produto é o ponto

crítico; no entanto, o fornecimento de produtos alimentícios de alta qualidade está se tornando cada vez mais desafiador. Eles gastam um tempo considerável para encontrar produtos alimentícios de melhor qualidade, não apenas pesquisando e investigando novos fornecedores, mas também fortalecendo os laços com os fornecedores existentes (OTTENBACHER, 2007, p. 19, tradução nossa).

Terminada a execução dos pratos, é chegada a hora da análise sensorial. Ao provar tanto os seus produtos quanto dos seus competidores para analisar os sabores e a relação com a experiência do serviço, o chef consegue detectar suas falhas e acertos, chegando a algumas conclusões que serão utilizadas no produto final. Esse teste não é feito somente por ele, mas por toda equipe que contribuirá com suas avaliações (OTTENBACHER, 2007).

Na fase de avaliação e controle os pratos já foram testados, mas precisam passar pela aprovação dos clientes, pela reprodução do protótipo em larga escala para entender o comportamento desse prato em situações limites e se ele consegue ser reproduzido pela equipe de maneira consistente. (OTTENBACHER, 2007)

A introdução da inovação implica na comercialização de fato do produto. Nesse momento a comunicação também é uma ferramenta importante desse processo. A equipe precisa se relacionar e trocar informações para que a produção ocorra sem problemas e o *feedback* dos clientes para que determinado prato seja ajustado, mantido ou retirado do cardápio. (OTTENBACHER, 2007)

Todo esse processo de desenvolvimento de uma cozinha criativa não se vale apenas de criar algo totalmente novo constantemente, “mas sim desenvolver novas combinações a partir de produtos existentes” (OTTENBACHER, 2007, p.20, tradução nossa). Essa sistematização da criatividade gastronômica serve como estopim para a criação que culminará na experiência gustativa e na surpresa ao provar esse prato. (OTTENBACHER, 2007)

Vale ressaltar que os restaurantes de alta gastronomia não devem se basear em um menu que satisfaça apenas a fidelidade do cliente, por isso a necessidade constante por inovar e a importância de ter um processo criativo na gastronomia. Agregar novos produtos, métodos de cozimento e combinações com certa frequência permite que esses empreendimentos não se tornem monótonos e oxigena o mercado, já que logo após um novo produto entrar no

mercado, ele começa a ser copiado por todos os segmentos do ramo gastronômico, perdendo seu *status* inicial. (OTTENBACHER, 2007).

4 DOMINIQUE CRENN E O SEU PROCESSO AUTORAL

Para ilustrar a importância da identidade na construção do processo criativo gastronômico, faremos um estudo de caso da história de vida e das criações da *chef* Dominique Crenn. Por possuir um trabalho extremamente autoral e delicado, preocupado com os seus comensais e sua equipe, e dada a importância de ser uma figura feminina no mundo da gastronomia e mostrar a força de suas marcas pessoais no seu processo criativo, escolhemos essa personagem para ilustrar o tema dessa discussão.

Dominique Crenn é uma *chef* francesa que encontrou nos Estados Unidos, mais precisamente em São Francisco (Califórnia) o ambiente propício para abrir seu restaurante. O início de sua história começa com a sua adoção. Quando ainda tinha 18 meses, um casal francês a acolhe como filha. Seu pai Allain Crenn, político e pintor, teve grande importância na sua carreira e no seu restaurante, já que seu nome está na fachada (*Atelier Crenn*) e suas pinturas estão fixadas nas paredes. Ele foi um grande incentivador de seu estudo e trabalho desde sua infância ao apresentá-la às artes, à gastronomia e à cultura de uma maneira geral.

A *chef* iniciou sua carreira nos anos 80 em São Francisco quando foi trabalhar no restaurante *Stars*, do *chef* Jeremiah Tower. Depois teve experiências na Indonésia e em outros restaurantes dos Estados Unidos, até abrir seu próprio restaurante em 2011. Muitos não acreditavam no seu sucesso, quando já no primeiro ano de funcionamento ela conquistou sua primeira estrela no *Guia Michelin* e logo no ano seguinte conquistou a segunda. Isso fez com que ela se tornasse a primeira mulher nos Estados Unidos a receber duas estrelas do famoso guia.

Em 2016, foi nomeada a melhor *chef* feminina pelo *World's 50 Best Restaurant Awards*, um prêmio dado aos melhores restaurantes do mundo. Entretanto, este reconhecimento é bastante controverso à medida que a maioria dos premiados são homens. Nesse ano Dominique Crenn ganhou esse título porque foi criada uma categoria que diferenciava os *chefs* de acordo com seu gênero, demonstrando a discriminação sexual presente no meio gastronômico. Mesmo figurando entre os melhores *chefs* do mundo, a premiação não a deixou

nem mesmo na lista dos 100 melhores restaurantes do mundo. (SUTTON e CANAVAN, 2018)

Devido a sua importância, a série documental *Chef's table* do site de entretenimento *Netflix*, convidou Dominique para estrelar o terceiro episódio da segunda temporada no ano de 2016.

Entretanto, o que a torna tão especial? O que a fez ganhar tamanho prestígio? Com ambiente simples e acolhedor, as pinturas de seu pai já demonstram uma aura diferente em seu restaurante. Dominique Crenn não possui um cardápio comum como costumamos ver nos restaurantes que frequentamos. Pelo contrário, os seus clientes são recebidos por um poema, cujas estrofes apresentam a ideia geral dos pratos que compõe o *menu*. O seu menu-degustação é composto de 14 a 17 etapas com pequenas e esculturais criações. Em suas entrevistas, Dominique explica seus pratos através de suas memórias, momentos que passou com seu pai na infância, a época que morou na Bretanha, as comidas feitas pela sua mãe ou suas viagens recentes, lembrando sempre dos aromas, texturas, cores e sabores que ficaram marcados. (WIKIPEDIA, 2018)

atelier
CRENN

Winter has come with its cool breeze
 I touch the salted water, and hold the shell against my ear
 Like a little wildness swimming
 And leaving a beautiful reflection
 Oceanic feeling and distilled and pure, love those black pearls
 Where the broad ocean leans softly against the Spanish land
 There came a wave of an oceanic delicateness
 Strolling on the beach,
 in its whimsically ebullient and red umami
 The rawness of those soft footed creatures
 With a twinkle in my eye, watching them gazing
 Watching the bear rest beneath the leaves
 A precious token
 Walking deep in the woods,
 As the earth might have something to spare
 Winter has come and is full of sweet surprises
 Sweetness, bounty, thanks

Figura 1. Cardápio de inverno do *Atelier Crenn*. Fonte: világevó.hu

Na série documental *Chef's table*, do site de entretenimento *Netflix*, Dominique descreve a ideia central de seu restaurante: “Eu não estou servindo um *menu*, eu estou servindo minha alma. Estou despertando algo dentro de você. As memórias dentro de você.” (CRENN, 2016, 5 min). Ao criar essa emoção e esse sentimento, os ingredientes aparecem como uma ferramenta para que ela expresse seu trabalho. Como diria Mintz (2001), “O comportamento relativo à comida liga-se diretamente ao sentido de nós mesmos e à nossa identidade social, e isso parece valer para todos os seres humanos” (MINTZ,

2001, p.31). Em uma das perguntas feitas por Thompson (2016), Dominique comprova essa ideia de Mintz (2001):

As pessoas costumam dizer que a comida é o núcleo de uma sociedade, o núcleo da raça humana. Mas também é o núcleo dos indivíduos. Está conosco desde o início, e qualquer coisa que tenha a ver com comida pode reconectar você a uma história. (THOMPSON, 2016, p.161, tradução nossa)

A memória se encontra bastante impregnada no trabalho da *chef* Dominique Crenn. Em uma de suas entrevistas ela diz que sua assinatura é a memória. Ao utilizá-la como meio de criação para seus pratos, Dominique recorre aos fatos vividos, reelabora e transforma imagens em algo comestível.

Muitas vezes as pessoas me diziam que minhas próprias ideias, essa ideia de que a comida era algo profundamente emocional e pessoal, era muito arriscada. [...]Eu consigo me expressar completamente. No meu restaurante, na minha cozinha, quero começar um diálogo com meus convidados. Mas isso é diferente do que me pediram para fazer antes. Minha evolução tem encontrado sua voz. (THOMPSON, 2011, p.162, tradução nossa)

Os restaurantes, de certo modo, possuem um código de conduta mais ou menos definido no qual o cardápio é escrito com nomes dos pratos, a mesa é posta da mesma maneira, os talheres bem ordenados e uma formalidade no trato tanto dos clientes quanto da equipe normalmente é visto como padrão, regra. No caso de Dominique, essas regras se quebram e vemos um local preocupado com a recepção da refeição, da experiência e estímulo da memória. Ao procurar um caminho somente seu, ela inova.



Figura 2. Dominique Crenn montando um de seus pratos Fonte: Gazeta do povo

Como elabora Pollak (1992), “O que a memória individual grava, recalca, exclui, relembra, é evidentemente o resultado de um verdadeiro trabalho de organização” (POLLAK, 1992, p.204). O ato de organizar esses pensamentos e torná-los algo palpável demanda um trabalho bastante delicado, conciliando sentimento e técnica. Selecionando e compilando as memórias que darão origem aos pratos, Dominique Crenn permite que uma parte importante de sua personalidade seja acessada. De acordo com Halbwachs (2007),

Por um lado, suas lembranças teriam lugar no contexto de sua personalidade ou de sua vida pessoal.... Por outro lado, em certos momentos, ele seria capaz de se comportar simplesmente como membro de um grupo que contribui para evocar e manter lembranças impessoais, na medida em que estas interessam ao grupo. (HALBWACHS, 2007, p. 71).

No nosso objeto de análise, Dominique Crenn e seu restaurante, podemos identificar esse conceito tratado por Pollak. Não só a proprietária precisou encontrar na gastronomia a sua profissão, e mesmo sem ter tido um estudo formal na área, buscou aprendizado prático, trabalhando em diversos empreendimentos e descobrindo como gostaria de expressar seus gostos, ideias e preparações em um lugar que tivesse o seu DNA, sua marca. Isso pode ser

comprovado na entrevista feita por Thompson (2016) ao ser questionada sobre como ela balanceava sua relação com a comida e sua criatividade:

Eu não fui para uma escola para aprender a cozinhar. Eu queria ser *chef*, mas não gostava das restrições do processo de aprendizado. [...] Depois, quando cheguei à São Francisco e percebi que eu queria trabalhar profissionalmente com *chef*, eu tive um longo período para aprender o básico. [...] Mas ainda me importava aprender esses princípios básicos, simplesmente aprender como traduzir ideias em culinária. Mas eu acho que minha falta de treinamento formal significava que eu estava um pouco mais voltado para a compreensão das pessoas para as quais eu trabalhava, entendendo como a maneira como elas cozinhavam refletia suas personalidades. Eu enxergava cozinhar como uma versão de quem eles eram, e ainda é assim que eu cozinho. Minha cozinha é do jeito que eu sou. (THOMPSON, 2016, p. 161, tradução nossa)

Nossa personagem principal tem sua própria identidade, mas também seu estabelecimento e os alimentos que ela utiliza também a tem. Em um dos trechos da entrevista feita por Thompson (2016), a *chef* relata um pouco da vida de seus pais: “meus pais [...] vieram de famílias de agricultores franceses, e eles aprenderam sobre o solo e respeitaram de onde as coisas vieram.” (THOMPSON, 2016, p.162, tradução nossa). Essa importância dos ingredientes locais pode ser observada através de sua história familiar. Isso fica claro na série documental *Chef's table* e em outros documentários, quando Dominique vai pessoalmente escolher os produtos que serão preparados no restaurante, mostrando a origem deles, quem os produz e o cuidado ao trabalhar com fornecedores que entendem o poder dos alimentos frescos e locais.

Para Dominique Crenn, o restaurante é a sua casa. As pinturas do seu pai penduradas na parede, as mesas de jantar e o fato dela mesma receber os clientes e dar uma atenção especial a eles, demonstra sua preocupação em atendê-los e recebê-los bem. Nesse contexto pode-se associar a ideia da *chef* com a frase a seguinte frase de Montanari (2008): “E, ainda hoje, em várias expressões dialetais, a casa se identifica com a comida, que permite à comunidade doméstica viver ali, todos juntos.” (MONTANARI, 2008, p.159)

Muitas vezes as pessoas me diziam que minhas próprias ideias, essa ideia de que a comida era algo profundamente emocional e pessoal, era muito arriscada. [...] Eu consigo me expressar completamente. No meu restaurante, na minha cozinha, quero começar um diálogo com

meus convidados. Mas isso é diferente do que me pediram para fazer antes. Minha evolução tem encontrado sua voz. (THOMPSON, 2011, p.162, tradução nossa)

Como vimos no capítulo sobre processo criativo, os fatores intrínsecos e extrínsecos da criatividade influenciam a elaboração dos trabalhos artísticos de modo geral. Ao estudar a história de vida de Dominique Crenn a partir de suas entrevistas e documentários, é possível fazer uma análise crítica de sua fala, relacionando o conteúdo desses materiais coletados com o tema estudado.

A percepção do mundo ao nosso redor é uma das condições que nos permite criar. De acordo com Hegarty (2001),

À medida que a humanidade se movimenta pelo mundo, absorve impressões sensoriais, imagens e ideias. Além e acima desse fluxo sensorial, no entanto, o homem percebe um impacto que é um sentimento de percepção ou união que pode ser traduzido como uma empatia com a realidade. Este é essencialmente um sentimento interno de ressonância ou de estar em sintonia com algum aspecto da realidade que atinge um acorde sensível dentro do seu ser. Como resultado, a pessoa se sente obrigada a expressar a experiência de maneira significativa. (HEGARTY, 2001, p. 9, tradução nossa).

Apreender o ambiente ao seu redor e traduzir isso em imagem, ou no caso específico, em um prato é uma tarefa que demanda sensibilidade. Dominique relata um episódio que marca bem a influência da capacidade de percepção em suas criações: “Quando íamos a restaurantes, eu aprendi a olhar para as histórias por trás da comida, para o seu significado, e isso me levou a gostar mais de comida como uma forma de arte.” (THOMPSON, 2016, p.162, tradução nossa)

Outro ponto muito marcante no processo de criação da *chef* francesa é o uso da memória como elemento inspirador das suas obras. Isso fica claro na entrevista feita por Thompson (2016) onde ela fala: “Eu só quero criar emoções e memórias. Espero que seja bom, claro, mas fazer algo com significado é a coisa mais importante.” (THOMPSON, 2016, p.162, tradução nossa). No episódio da série *Chef's table* do site de entretenimento *Netflix* sobre sua carreira, Dominique narra o processo de criação do prato *Walking deep in the woods, as the earth might have something to spare* (Caminhando na mata, como

se a terra tivesse algo a oferecer), que compõe o cardápio de inverno, onde a lembrança de um momento vivido com seu pai é revivida e reconstruída em forma de um prato, trazendo de volta as imagens daquele momento através de sabores, texturas e cores com auxílio das técnicas culinárias:

Quando pequena, lembro de andar na floresta como meu pai. Ele levava um bastão na mão, e, quando caminhávamos, limpava o caminho, as folhas, a terra. Ele colhia cogumelos, mas também amoras, que levávamos para casa. Estávamos entrando numa área em que se tinha todas as sensações da vida. Doçura, amargor, umidade, penumbra. Era uma época em que meu pai costumava falar comigo e meu irmão sobre a vida (CRENN, 2016, 19:09 min).



Figura 3. Prato “Walking in the woods” assinado pela chef Dominique
Fonte: [@michelinstarfoodfromtheworld on Instagram](#)

Analisando as imagens dos pratos, podemos perceber o cuidado com a escolha dos utensílios para sua apresentação, as diferentes técnicas aplicadas para ressaltar o sabor de cada elemento, a interlocução do prato com a estrofe do poema. Acessando sua memória, Dominique possibilita a criação de memórias em seus comensais. Como expressa Halbwachs (2007)

[...] Dessa massa de lembranças comuns, umas apoiadas nas outras, [...] diríamos que cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva, que este ponto de vista muda segundo o lugar que ali ocupo e que esse mesmo lugar muda segundo as relações que mantenho com outros ambientes (HALBWACHS, 2007, p. 69).

Dominique em outro momento da entrevista feita por Thompson (2016)

comenta sobre essa relação apontada por Halbwachs (2007):

Há um prato que eu criei chamado *Grão e Sementes*. É um prato com grãos e sementes, basicamente. Aquele prato me fez lembrar de ter crescido na fazenda, olhando para meu tio e minha avó, e também quando eu era bebê e minha mãe costumava fazer cereais para mim. Dessa forma, esse prato veio das minhas próprias emoções. Mas então eu tive clientes que vieram de outros lugares, da Rússia, da China. Eles fizeram suas próprias conexões com o prato, não da maneira que eu tinha definido em minha mente, mas porque os lembrava de alguma outra experiência. Apresentar emoções através da comida dá a outras pessoas a oportunidade de encontrar suas próprias emoções ali. (THOMPSON, 2016, p.163, tradução nossa)

Ao entrar em contato com as memórias de Dominique, eu não faço parte delas, mas as pego emprestado para criar as minhas.

Trago comigo uma bagagem de lembranças históricas, que posso aumentar por meio de conversas ou de leituras – mas esta é uma memória tomada de empréstimo que não é minha... (HALBWACHS, 2007, p. 72). Ao contrário, minhas lembranças pessoais são inteiramente minhas, estão inteiras em mim (HALBWACHS, 2007, p.73).

É possível notar sua gratidão pela família que a acolheu e como sua adoção foi fundamental para seu aprendizado e crescimento. Por ter crescido em um ambiente sociocultural rico, desde muito pequena Dominique teve acesso à cultura, visitou museus e bons restaurantes. Em todas suas entrevistas, Dominique Crenn aponta a importância da sua família como motivadora de seu trabalho e principalmente de sua veia artística. Na conversa com Thompson (2016), ela fala sobre isso e como a arte sempre parte da sua vida.

Eu cresci em uma família onde meu pai era muito ligado à arte. Ele era um político, mas também um pintor. O que era interessante era que ele costumava me dizer 'Venha cá, Dom, e olhe para esta pintura'. Eu ia até lá e olhava. "O que você sente quando olha para ela?", Ele dizia. Quando criança, eu perguntava o que ele achava que significava, ou o que ele achava que eu estava tentando fazer. "Não", ele dizia. "Eu não posso te dizer. Você tem que realmente entender por conta própria." Quanto mais eu olhava, mais eu começava a sentir as coisas. Mesmo quando eu trazia essas questões de volta para ele, ele não dizia se elas estavam certas ou erradas. Estava claro que ele tinha uma experiência diferente. "Quando você está olhando para uma obra de arte ", ele dizia, "você não pode esperar que outras pessoas que também estão olhando sintam da mesma maneira. Mas você tem que ter certeza de que uma peça de arte evoque algo dentro das pessoas (THOMPSON, 2016, p.163, tradução nossa).

Normalmente, “Um chef é descrito como um indivíduo único e mostra as mudanças de humor, a volatilidade e a criatividade associadas a ser um artista.” (PALMER, 2010, p. 18, tradução nossa). Isso se relaciona perfeitamente com uma de suas respostas na entrevista dada à Thompson (2016) onde ela diz: “Para mim, comida é arte. Eu tenho um pincel na minha mão e esse pincel é uma faca.” (THOMPSON, 2016, p.162, tradução nossa).

Entretanto, mesmo com todo potencial criativo que um *chef* pode ter, o trabalho em equipe é fundamental para que os projetos se organizem e ganhem forma. Desde a escolha da equipe até a construção de um clima organizacional que permita e desenvolva o diálogo e o compartilhamento de ideias, a figura do líder se mostra extremamente importante.

Dominique sempre reforça e dá valor a sua equipe. Na série documental *Chef's table* do site de entretenimento *Netflix*, ela fala sobre sua primeira criação no restaurante de Jeremiah Tower e mostra como ao receber uma tarefa, mesmo sem ter conhecimento específico na gastronomia, isso a fez perceber como o integrante de uma equipe é fundamental na estrutura do restaurante.

Eles dão a responsabilidade para você se capacitar, criar algo, assumir a responsabilidade, ser dono do que está fazendo. É assim que você pode crescer. Você está cercada por uma equipe e a impele ao próximo patamar. A questão não é você, é a equipe. (CRENN, 2016, 17:05 min).

Ainda durante o documentário a *chef* fala sobre seu time atual: “Trabalhei com gente incrível, mas hoje tenho a minha melhor equipe.” (CRENN, 2016, 18 min.). No canal de *Youtube Munchies*, Dominique diz que as estrelas *Michelin* que o restaurante ganhou, não são dela e sim de seu quadro de funcionários, reafirmando seu valor pelo trabalho coletivo. Ela também aponta Juan Contreras, o confeitiro, como um braço direito, alguém que sempre a inspira e com que ela aprende bastante, mostrando que o *brainstorming* e a inspiração muitas vezes vêm da sua própria *staff*. O *chef pâtissier* afirma essa conexão em uma das partes de sua entrevista quando diz: “Com a *chef* Crenn, eu penso que o deus certo foi ela permitir me expressar. Nunca houve amarras.” (CRENN, 2016, 18:46 min).

Tendo como base o estudo de Ottenbacher (2007) sobre as fases do desenvolvimento de inovação culinária será feita uma relação entre esses conceitos e o modo como Dominique Crenn elabora seu processo criativo.

A etapa de *Formulação de inovação culinária* consiste em buscar referências e inspirações, desenvolver um conceito com a equipe envolvida, definir que produtos e técnicas serão utilizados, planejar esse processo e entender quais as demandas do mercado para rastrear a aceitabilidade do novo produto.

Durante a entrevista com Thompson (2016), Dominique explica de onde surge a iluminação para o seu trabalho.

Meu processo é diferente de muitos restaurantes. Meu cardápio é um poema, literalmente um poema, e cada verso é uma reflexão sobre memórias e estados de espírito que experimentei. Como resultado, nunca me inspiro em minha cozinha ou no mercado. Eu sempre faço isso viajando, visitando museus, indo ao teatro. Eu ouço muita música. Eu amo música clássica, e talvez uma peça clássica que estou aprendendo me dê ideias para a estrutura. Ou pode ser uma conversa com alguém que encontro na rua ou no café. Cada parte do menu abrange um momento da minha vida, um momento que sinto. Com isso você cria pratos, e com isso você usa coisas que se conectam (THOMPSON, 2016, p.162, tradução nossa).

As ideias podem surgir de diversas maneiras, mas é necessário ter uma percepção e sensibilidade aguçada para selecionar o que pode ou não servir como inspiração.

Eu posso te dar um exemplo que aconteceu há dois anos. Foi durante a primavera. Na época, eu estava cuidando de uma garotinha chamada Hannah. Ela tinha leucemia e ela faleceu. Meu cardápio, que era o menu da primavera, refletia muito a emoção que eu sentia por estar com ela e sair com ela. Ela também era poeta. Foi um dos *menus* mais emocionais que escrevi na minha vida. É assim que eu recebo ideias. Não é que eu olhe para um cogumelo e pense que é lindo, embora isso possa acontecer também (THOMPSON, 2016, p.163, tradução nossa).

Na fase de *Implementação da inovação culinária* ocorre a formulação e criação de protótipos, o *benchmarking* (comparação com o que os outros restaurantes estão criando) e a análise sensorial do prato criado para entender se os sabores, texturas, cores e técnicas foram aplicados corretamente.

Em um depoimento dado ao canal de *Youtube Munchies*, a *chef* relata o processo de criação do prato *Birth which gives its morning mystery* (Nascimento que dá o mistério do amanhecer) feito com ninho de seda de milho, milho e pérolas de gordura de pato, ramo de chocolate com molho de porcini, baunilha e maçã e servido com *consomé* de pato morno que compôs o cardápio de outono de 2014, podemos compreender como uma ideia se transforma em um prato e como a escolha dos ingredientes e técnicas personificam, muitas vezes, uma imagem.

Eu não sabia nada sobre os ingredientes que eu ia usar. Eu simplesmente desenhava. Eu desenhei um ninho, um galho, com um pouco de terra e alguns ovos dentro. Então eu pensei, nós temos que criar um prato. Então é assim que acontece. (CRENN, 2014, 1:10 min)



Figura 4. Prato *Birth which gives its morning mystery*. Fonte: MILLER, 2012.

No decorrer desse processo a terceira etapa *Avaliação e controle* permite avaliar se a criação foi bem sucedida, desenvolver métodos e treinar a equipe para a reprodução do prato em larga escala. Nesse momento, é possível detectar os erros e corrigi-los para que o *menu* seja coeso. Para Dominique,

É importante que façamos coisas que não funcionam. Quando você as experimenta e elas não parecem estar funcionando, você faz uma nota disso. Então, talvez você as revise imediatamente ou as coloque em uma gaveta e possa voltar, tentar de novo, isso ajuda a encontrar e a melhorar a si mesmo. É a vida: você precisa aprender e cometer erros, pelo menos em um processo criativo, não são coisas que você não deveria ter feito. São coisas que deveríamos ter feito para garantir que continuássemos avançando em nossas vidas. (THOMPSON, 2016, p.164-165, tradução nossa)

Já na etapa de *Introdução da inovação culinária*, o *feedback* da equipe e dos clientes sobre as preparações e o suporte do *staff* são fundamentais para que o processo criativo seja finalizado com louvor.

De acordo com Dominique,

Não há senso de reflexão nesses tipos de comentários maldosos e não faz sentido que eles sejam parte de um diálogo. Eu não quero nada mais do que alguém me dar *feedback* sobre o meu restaurante. Eles não precisam concordar. Eu não quero que todos amem minha comida e meu coração. Mas tem que ser profundo, embasado. Tem que haver um argumento que faça sentido. (THOMPSON, 2016, p.164, tradução nossa)

Ao analisar todos os passos dados por Dominique Crenn fica claro que as duas estrelas *Michelin* foram conquistadas graças ao trabalho minucioso e delicado executado pela *chef* e sua equipe. De acordo com Ottenbacher (2007), “Ser criativo não é suficiente para ser uma culinária com estrela *Michelin*, os pratos *gourmet* de sucesso são o resultado da implementação efetiva e profissional dos processos de desenvolvimento da inovação.” (OTTENBACHER, 2007, p. 12, tradução nossa)

Além disso, o *Guia Michelin*, mais importante prêmio da gastronomia, possui alguns critérios para a escolha dos restaurantes que serão premiados: “a qualidade dos produtos, o domínio dos sabores e da culinária, a personalidade da culinária e a relação custo-benefício e consistência” (OTTENBACHER, 2007, p.11-12). Já a classificação se baseia em: “Uma estrela é considerada “um restaurante muito bom em sua categoria”, duas estrelas refletem “excelente culinária, vale a pena um tour”, enquanto três estrelas exibem “culinária excepcional, que merece uma jornada especial” (MICHELIN, 2006, *apud* OTTENBACHER, 2007, p.11-12, tradução nossa). No caso do *Atelier Crenn*, a culinária era considerada excelente. Recentemente, enquanto finalizamos o trabalho, o restaurante de Dominique conquistou finalmente a sua terceira estrela (2018), figurando entre os empreendimentos mais importantes e demonstrando toda sua *expertise*.

Como lembra Ottenbacher (2007), “Ganhar ou perder uma estrela *Michelin* geralmente resulta em enormes mudanças nos negócios e nos lucros.”

(OTTENBACHER, 2007, p. 13). Aberto em 2011 e passados dois anos de seu funcionamento, não só o restaurante fez um sucesso enorme, mas também a própria *chef* se tornou referência de uma cozinha autoral e uma das mulheres mais bem sucedidas no ramo da gastronomia, super premiada e lembrada por revistas sobre o assunto.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo criativo na gastronomia é tema extremamente complexo e que envolve diversos fatores. Ao estudar os elementos formadores do restaurante *Atelier Crenn* cuja proprietária Dominique Crenn utiliza sua identidade para criar seu *menu*, fica claro que gastronomia não é apenas cozinhar e utilizar ingredientes de boa procedência.

O tema se mostra relevante, pois além de trazer um estudo que mostra a importância da gastronomia como arte, também atualiza os conceitos de processo criativo para o ramo, cuja bibliografia em português ainda necessita de mais escopo. Relacionar a identidade de um *chef* com suas criações, usando uma personagem feminina bastante emblemática para exemplificar essas definições do mesmo modo se revelou muito inovador. A presença da mulher na gastronomia ainda precisa ser legitimada pelas entidades, já que dos “57 novos estabelecimentos, apenas duas mulheres foram premiadas pela edição francesa do *Guia Michelin* em 2018” (MULHERES, 2018).

Durante a pesquisa foi possível perceber que as noções implicadas no termo “identidade” fazem parte do processo criativo da *chef* em questão e criam uma assinatura em seu *menu*, fazendo com que ela seja reconhecida e premiada pela sua marca autoral.

Por ser um assunto pouco estudado e com uma pluralidade de aspectos que merecem ser mais explorados, ainda há interesse por abrir mais os horizontes. A gastronomia é uma área de estudo que demanda mais publicações, principalmente com cunho sociológico, antropológico e artístico. Cabe aos estudantes o papel de divulgar e propagar esse conhecimento.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A ascensão meteórica de Dominique Crenn, a melhor chef do mundo. The New York Times. 1 de mar. de 2017. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/segredos-da-melhor-chef-do-mundo/>> Acesso dia 15 de julho de 2018.

A poem for lunch! Dominique Crenn is the guest chef in Ikarus. Disponível em: <https://vilagevo.hu/2016/03/06/dominiquecrenn_ikarus> Acesso dia 25 de novembro 2018.

AZEVEDO NETO, Joachin. **A noção de autor em Barthes, Foucault e Agamben.** Floema. Bahia, ano 8, n. 10, p. 153-164, jan./jun. 2014.

BARTH, M.; PINHEIRO, C. M. P.; SILVA, A. C. **Do gênese ao clímax: um levantamento bibliográfico (não) definitivo sobre processo criativo.** Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia, João Pessoa, v. 10, n. 2, p. 121-133, 2015.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista e Benedetto Vecchi.** Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2008.

BLOOMBERG. **How Dominique Crenn designs her beautiful dishes.** 2016. (3m51s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=z_7R_6CkuSQ>. Acessado em 15 de julho de 2018.

BRAUNE, R.; FRANCO, S. C. **O que é gastronomia?** São Paulo: Brasiliense, 2007.

CRENN, Dominique. Direção: Andrew Fried. *In: CHEF'S table.* Criação: David Gelb. Produção: Boardwalk Pictures; City Room Creative. EUA: Netflix, 2016. t. 2, ep. 3 (46 min), color. Disponível em: <<https://www.netflix.com/title/80007945>>. Acesso em: 12 de julho de 2018.

DOMINIQUE CRENN. *In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre.* Flórida: Wikimedia Foundation, 2018. Disponível: <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Dominique_Crenn&oldid=848337984> Acesso em: 15 de julho de 2018.

DRUCKMAN, Charlotte. **Why are there no great women chefs?** *In: Gastronomica: The Journal of Food and Culture, California,* v. 10, n. 1, p. 24-31, 2010.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia.**

São Paulo: Editora SENAC, 2001.

GUIA MICHELIN. *In*: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Guia_Michelin&oldid=53743508>. Acesso em: 3 de dezembro de 2018.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Biblioteca Vértice, 2007.

HEGARTY, J. A.; O'MAHONY, G. B. **Gastronomy: a phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living**. *International Journal of Hospitality Management*, Elsevier Science, v. 20, n.1, p. 3–13. 2001.

KANEMATSU, H.; BARRY, M. D. **STEM and ICT Education in Intelligent Environments**. 1.ed. Switzerland: Springer, 2016.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Mitológicas I - O cru e o cozido**. Tradução Beatriz Perrone- Moisés, Rio de Janeiro: Cosac e Naify, 2004.

MICHAELIS. *Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*. 2018. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/busca?id=vkAAV>> Acesso em: 8 de setembro de 2018.

MILLER, Virginia. **Top Tastes: Visionary chef creations at Manresa & Atelier Crenn**. 15 de jul. de 2012. Disponível em: <<http://www.theperfectspotsf.com/wp02/2012/07/15/top-tastes-86/>> Acesso em 25 de novembro de 2018.

MINTZ, Sidney W. **Comida e antropologia: Uma breve revisão**. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo, v.16, n. 47, p. 31-41, outubro de 2001.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

MULHERES são minoria entre os chefs de Guia famoso da gastronomia. **Estado de Minas**, Minas, 9 de fev. de 2018. Disponível em: <<https://www.uai.com.br/app/noticia/gastronomia/2018/02/09/noticias-gastronomia,221506/mulheres-sao-minoria-entre-os-chefs-de-guia-famoso-da-gastronomia.shtml>> Acessado em: 7 de dezembro de 2018.

MUNCHIES. **Munchies: Chef's night out with Dominique Crenn**. 2014. (14m03s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=rv0CXi1Y9QI>>. Acesso em: 14 de julho de 2018.

MYHRVOLD, Nathan. **The art in Gastronomy: A Modernist Perspective**. *In*: *Gastronomica: The Journal of Food and Culture*, California, v. 11, n. 1, p. 13-23, 2011.

OLIVEIRA, Zélia Maria Freire de. **Fatores influentes no desenvolvimento do potencial criativo.** Estudos de Psicologia, Campinas, v. 27, n. 1, p. 83-92, jan./mar. 2010.

OTTENBACHER, M.; HARRINGTON, R. **The culinary innovation process: a study of Michelin- starred chefs.** In: Journal of Culinary Science & Technology, v. 5, n.4, p. 9-35, 2007.

PALMER, C., COOPER, J.; BURNS, P. **Culture, identity, and belonging in the “culinary underbelly”.** International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, v.4, n. 2, p. 311-26, 2010.

PANTALEÃO, L. F.; PINHEIRO, O. **A intuição e o acaso no processo criativo: questões de metodologia para a inovação em design.** In: 5º Congresso Internacional de Pesquisa em Design. São Paulo, p. 435-442, 2009.

POLLAK, Michael. **Memória e identidade social.** Estudos Históricos. Rio de Janeiro, v. 5, n.10, p.200-212,1992.

RIBEIRO, R. de C.; MARQUES, R. de C.; FLORES FILHO, E. G. J. **A criatividade dos chefes de cozinha e o consumo moderno da gastronomia.** In: Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde. v. 11, n.2, p.265-274, 2016.

SANTOS, Otavio Luis. **As etapas do processo criativo propostas por Graham Wallas identificadas em processos de criação em ambientes digitais.** In: XXVII Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música. Campinas, p. 1- 8, 2017.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 23.ed. revisada e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SUTON, R.; CANAVAN, H. **The world’s 50 best restaurants 2018: The full list of winners.** 2018. Disponível em: < <https://www.eater.com/worlds-50-best-restaurants-awards/2018/6/19/17475404/worlds-50-best-restaurants-2018-list-winners>> Acesso em: 6 de dezembro de 2018.

THE WORLD’S 50 BEST RESTAURANTS & 50 BEST BARS. **Atelier Crenn with Dominique Crenn: Show us your flavor.** 2016. (2m07s). Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=Y5qPSH8UNtc>> Acesso em 15 de julho de 2018.

THOMPSON, A. K.; GREENMAN, B. **Something to food about: exploring creativity with innovative chefs.** Estados Unidos: Clarkson Potter Publishers, 2016.

What’s your signature? Dominique Crenn. 2016. (1m49s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=GjiKzAJNkvY>>. Acesso em: 14 de julho de 2018.

ZORZAL, M. F.; BASSO, I. S. **Por uma ontologia da criatividade: uma abordagem histórico-cultural.** *In:* Anais da 24ª Reunião anual da ANPED. Caxambu, 2001. Disponível em:< <http://www.anped.org.br> > Acesso em 3 dezembro de 2017.