

OS PROCESSOS CRIATIVOS NA GASTRONOMIA: INTUIÇÃO OU TÉCNICA?

Adriano **HIRSCH**¹

Roberta Inácio Dias **CARVALHO**²

Adriano Vilhena Lis da **SILVA**³

¹ Estudante de Gastronomia do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia – Faculdade Senac Minas campus Belo Horizonte.

² Estudante de Gastronomia do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia – Faculdade Senac Minas campus Belo Horizonte.

³ Coordenador e Professor do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia – Faculdade Senac Minas campus Belo Horizonte.

Palavras-chave: Criatividade; Gastronomia; Intuição; Protótipo.

INTRODUÇÃO

A criatividade, como descrito por Guilford (1967), é uma competência individual, entretanto, segundo Alencar e Fleith (2003), os fatores culturais e sociais devem ser considerados como influenciadores do processo criativo. Florio (2008) nos diz que, de maneira geral, o processo criativo envolve quatro fases principais: a preparação onde há coleta de informações, a incubação onde é possível pensar e promover diversas associações, a iluminação onde ocorre o *insight*, ou a materialização da ideia, e por fim a verificação, que consiste em analisar, redefinir e desenvolver a ideia.

A forma com que os cozinheiros e chefes de cozinha trabalham, de modo geral, está mais ligada a processos empíricos, se valendo mais de experiências e intuição do que de processos fundamentados com etapas que levem a grandes resultados (CHAVES & DANTAS, 2020).

Neste sentido, propõe-se uma breve revisão de literatura na busca de entender se existem formas de otimizar os processos criativos na gastronomia ou se os melhores caminhos estão pautados na intuição de cada profissional. Desta forma, este estudo tem como objetivo fomentar a discussão da criatividade na gastronomia, buscando resposta para a questão posta a cerca dos

processos criativos, gerando reflexões com potencial de modificar práticas cotidianas da profissão com vislumbres de melhorias.

METODOLOGIA

De acordo com Vergara (2016), a pesquisa bibliográfica é um estudo sistematizado desenvolvido com material publicado em livros e redes eletrônicas. Este estudo utilizará a revisão bibliográfica de artigos e literatura acerca do tema bem como coleta de informações em mecanismos de buscas, para isso a metodologia da Sylvia Constant Vergara quanto aos fins e quantos aos meios será utilizada de forma que o estudo seja explicativo e descritivo e também dar-se-á pela investigação bibliográfica.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Entende-se criatividade como a capacidade de gerar ideias novas e identificar possibilidades alternativas na resolução de problemas ou na procura de respostas para uma questão (STERNBERG, 2006). Desta forma, o uso de ferramentas de criatividade se faz importante e serve como orientador ao processo criativo.

O estudo de Parreira (2016) promove uma reflexão de como o Chef Ferran Adrià utiliza o modelo de divergência e convergência de ideias separando basicamente seus processos em etapas conscientes, em que inicialmente são feitos levantamentos e estudos para gerar possibilidades das mais diversas e posteriormente são feitos momentos de avaliação para somente então haver a efetivação da ideia escolhida através dos testes práticos. Nota-se a semelhança de pensamento acerca do modelo do processo criativo desenvolvido por Florio (2008) que consiste em uma série de etapas definidas por estudo, protótipo e produto final.

Em contraponto a estes estudos, Miguel (2020) deixa claro que os chefes de cozinha consideram a intuição ao pensar em um prato ou um menu, não sendo utilizado um processo criativo com etapas definidas na busca de melhores resultados. Mas, por que se vê, com frequência, os profissionais de cozinha não conseguindo argumentar seus processos criativos? Por que não depositam atenção nesta importante etapa de suas jornadas como aponta e problematiza Miguel (2020)?

Uma das respostas para essas questões pode estar na midiática da profissão, que não enxerga lugar para essas discussões pautadas em detalhes técnicos do ato de pensar e ainda pela

profissão ser bastante jovem no país, sendo moroso o processo de inspiração em outras profissões que carregam ferramentas interessantes às nossas ações profissionais.

Para Dow, Heddleston & Klemmer (2009), uma das formas de melhorar a atuação dos profissionais de cozinha é tornando seus processos criativos mais conscientes e o autor sugere a prototipagem do *Design* que carrega diversas etapas, entre elas muitas interações entre os profissionais envolvidos, permitindo diferentes resultados em testes, experimentações e *feedbacks*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Refletir sobre o uso de ferramentas técnicas, como os protótipos do *Design*, pode influenciar o processo criativo do profissional de gastronomia e trazer benefícios práticos à profissão. Apesar de grande parte dos profissionais atuarem baseados em suas vivências e na intuição, existe um caminho técnico, já validado, não só por profissões das artes visuais de modo geral, mas de uma gama de estudos acerca dos processos de pensamento humano e da criatividade, podendo servir de alicerce para o gastrônomo melhorar sua atuação no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de; FLEITH, Denise de Souza. Contribuições teóricas recentes ao estudo da criatividade. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília: Instituto de Psicologia da UnB, 2003.

CHAVES, Viviany Moura; DANTAS, Alexsandro Galeno Araújo. Espetáculo à mesa: midiaticização da cozinha nos reality shows de gastronomia. **Revista Mídia e Cotidiano**. Volume 14, Número 2. 2020.

DOW, P., Steven; HEDDLESTON, Kate; KLEMMER, R. Scott. **The Efficacy of Prototyping Under Time Constraints**. Stanford: Stanford University HCI Group, 2009.

FLORIO, Wilson. **Criatividade, cognição e processo de projeto**: uma reflexão sobre ensino aprendizagem. IV PROJETER. São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie/ Universidade Estadual de Campinas.

GUILFORD, Joy Paul. Creativity. **The American Psychologist**, Washington, v. 5, nº 9. 1950.

LIM, Youn-Kyung. STOLTERMAN, Erik. TENENBERG, Josh. **The Anatomy of Prototypes: Prototypes as Filters, Prototypes as Manifestations of Design Ideas**. ACM Transactions on Computer-Human Interaction, v. 15, n. 2, 2008.

PARREIRA, Suzana Isabel Malveiro. Ferran Adrià, a criatividade como discurso (entre gastronomia, arte e design). **Revista Estúdio, Artistas sobre outras Obras**. 2016.

STERNBERG, Robert Jeffrey. Creativity as a habit. In: **CREATIVITY: a handbook for teachers**. Singapura: Nanyang Technological University; Worldscibooks, 2007.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16 ed. São Paulo: Atlas, 2016.