

MINHA CABEÇA TÁ CHEIA DE IDEIAS: INVESTIGANDO O PROCESSO CRIATIVO DE CHEFES DE COZINHA

Rayane Ribeiro de Azevedo Santos, Viviane Salazar, Simone de Lira Almeida

Bacharel em Hoteleria (UFPE) e em Administração (UPE). Mestre (2006) e Doutora (2015) em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco. Professora Adjunto II do Departamento de Hotelaria e Turismo (DHT) da UFPE. Professora dos Programas de Pós-Graduação em Administração (PROPAD) e de Hotelaria e Turismo (PPHTUR) da UFPE.

Apesar da aclamação e reconhecimento internacional, a gastronomia não é considerada, por alguns autores, como uma indústria criativa, ainda que a criatividade e a inovação sejam características decisivas na gastronomia. Com vistas a contribuir com a literatura sobre o tema, esta pesquisa teve como objetivo entender chefes de cozinha. Para tanto, a metodologia adotada foi de cunho qualitativo e teve como estratégia de pesquisa o estudo de casos realizado com os chefes Claudemir Barros e Thiago das Chagas. A coleta de dados foi realizada a partir de entrevistas semiestruturadas realizadas com os chefes, em seus estabelecimentos, entre os meses de Abril e Maio de 2016. Ademais, foram analisados documentos de fontes secundárias como sites, jornais locais e revistas de gastronomia. Ao analisar o processo criativo dos dois chefes percebe-se algumas semelhanças e que o processo criativo pode ser dividido em quatro fases: (1) a concepção da ideia: esta é uma etapa solitária; (2) Domínio da ideia: nesta etapa a ideia se concretiza e nesta etapa o chefe é auxiliado por sua equipe; (3) Teste com os clientes: por meio de cortesias ou sugestão do chefe nesta etapa os clientes balizam e decidem se as novas criações serão ou não incorporadas ao cardápio; (4) a comercialização: nesta etapa o chefe decide se o prato será comercializado, dando-lhe nome e integrando-o ao menu. Além destas etapas, destaca-se também que ambos os chefes tem uma preocupação em pensar nas louças em que serão servidos os pratos bem como na estética dos pratos. Outro destaque foram os limitadores do processo criativo: logística para a entrega do ingrediente, custos dos ingredientes e a clientela do restaurante. O presente estudo concluiu que apesar de algumas semelhanças, o processo criativo é individual e adaptado cultural, social e economicamente aos contextos de cada um dos chefes pesquisados.

Palavras-chave: Processo; criatividade; chefes de cozinha

Referências: Adegbesan, J. A. (2009). On the origins of competitive advantage: strategic factor markets and heterogeneous resource complementarity. *Academy of Management Review*, 34(3): 463-475. Aranda, M. H. (2009). A importância da criatividade no Processo de Inovação (PI). 177f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Atala, A. & Dória, C. A. (2008). Com unhas, dentes e cuca: prática culinária e papo-cabeça ao alcance de todos. Senac, São Paulo. Balazs, K. (2001). Leadership Lessons from France's Great Chefs. *Organizational Dynamics* 30(2): 134-148. Balazs, K. (2002). Take one entrepreneur: The Recipe for Success of France's Great Chefs. *European Management Journal*, 20(3): 247-259. Bardin, L. (2011). Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70. Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1): 99-120. Birdir, K. & Pearson, T. E. (2000). Researches chef's competencies: a Delphi approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(3): 205-209. Bouty, I & Gómez, M.L. (2013). Creativity in Haute Cuisine: Strategic Knowledge and Practice in Gourmet Kitchens. *Journal of Culinary Science & Technology*, 11(1), 80-95. Dória, C. A. (2006). Estrelas no céu da boca: escrito sobre culinária e gastronomia. Editora SENAC, São Paulo. Horng, J. S. & Lee, Y. C. (2009). What environmental factors influence creative culinary studies? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(1): 100-117. Hu, M. L. (2010). Discovering culinary competency: an innovative approach. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education*, 9(1): 65-72. Ottenbacher, M. & Harrington, R. J. (2007). The innovation development process of Michelin-starred chefs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6): 444-460. Ottenbacher, M. & Harrington, R. J. (2008). Institutional, cultural and contextual factors: potential drivers of the culinary innovation process. *Tourism and Hospitality Research*, 9(3): 235-249. Pedersen, L.B. (2012). Creativity in gastronomy: exploring the connection between art and craft. <http://studenttheses.cbs.dk/bitstream/handle/10417/3198/louise_bro_pedersen.pdf> Rao, H., Monin, P. & Durand, R. (2003). Institutional change in toque ville: nouvelle cuisine as an identity movement in France. *American Journal of Sociology*, 108(4): 795-843. Salazar, V.S. (2015). Aquisição e Desenvolvimento de Recursos Estratégicos de restaurantes gastronômicos: estudos de multicasos na América Latina. 238f. Tese (Doutorado em Administração) - Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Federal de Pernambuco, Recife. Schawn, T.P. (2009). As competências do chef de cozinha. São Paulo: Anhembi Morumbi. Stierand, M., Dörfler, V., & MacBryde, J. (2014). Creativity and innovation in haute cuisine: towards a systemic model. *Creativity and Innovation Management*, 23(1), 15-28. Svejenova, S., Mazza, C. & Planellas, M. (2007). Cooking up change in haute cuisine: Ferran Adriá as an institutional entrepreneur. *Journal of Organizational Behavior*, 28(1): 539-561.