



Racines Nomades, guide Michelin France
« œuvre d'art »
proposé à l'occasion de la 100ème édition
© Fernando Barata – Guide Michelin

Michelin 2009: a centésima edição do Guia Michelin França

O Guia Michelin França está comemorando em 2009 a sua centésima edição. Mas, atenção, não é o seu centésimo aniversário, que já foi há bastante tempo, já que nasceu em 1900, com o objetivo de facilitar os deslocamentos dos poucos automóveis de então (apenas 2.900) que atravessavam as estradas da França. Esses viajantes intrépidos estavam preocupados na época em saber, principalmente, onde ficava o posto de gasolina mais próximo (algumas vezes... numa padaria) e como fazer um conserto ou trocar um pneu... Michelin.

Essa diferença de nove anos para o aniversário deve-se ao fato de o Guia Michelin não ter saído durante as duas guerras mundiais, nem em 1921, ano em que foi publicada em seu lugar uma coleção de guias ilustrados dos *Campos de Batalha*, para promover as *peregrinações* pelas regiões devastadas pela Primeira Guerra Mundial, em memória de todos os que tombaram no campo de honra, e para ajudar a compreender as suas ações nos locais dos combates.

Inventado pelos irmãos Edouard e André Michelin, que dirigiam na época a *Manufacture de Caoutchouc*, criada em 1889 em Clermont-Ferrand, e que acreditavam com fervor no futuro do automóvel, ainda recém-nascido, o pequeno Guia vermelho que irá imortalizar seu nome, “*oferecido de graça aos motoristas*”, tinha o objetivo de melhorar a mobilidade dos viajantes... e portanto estimular as vendas dos pneus Michelin. “*Esta obra surge com o século e durará tanto quanto ele*”, lê-se no prefácio desse primeiro volume que teve, em 1900, uma tiragem de aproximadamente 35.000 exemplares e foi distribuído gratuitamente nas oficinas e nas revendedoras de pneus. Esse guia, que terá uma nova edição a cada ano e fornecerá ao motorista todas as informações úteis para abastecer e consertar seu carro, também deve “*lhe permitir encontrar hospedagem e alimentar-se*”. Ainda estávamos portanto bem longe da ideia das *estrelas*, que só aparecerão no final dos anos 1920 e se tornarão, mais tarde, a tão valorizada e tão ultra-midiática ponta de lança do guia Michelin.

Para garantir a sua publicidade, o guia dispõe, já em seu nascimento, de um trunfo considerável: Bibendum, o *Homenzinho Michelin* de borracha branca inventado em 1898 para a jovem manufatura Michelin pelo desenhista O'Galop (pseudônimo do pintor e desenhista humorístico Marius Rossillon) e cuja popularidade será cada vez maior – a tal ponto que ganhará, em 2000, o prêmio da “*Logo do Século*”.

Desde a sua primeira edição, o guia adota a “*linguagem*” visual e universal dos pictogramas, esses famosos simbolozinhos que tanto fizeram pela identidade do guia Michelin e que refletem, ao mesmo tempo, a modernização da indústria hoteleira francesa e a evolução da sociedade ao longo de um século, desde a bacia e a vela até as conexões via Internet. No início dos anos 1930 surgirá entre os critérios de seleção uma nova preocupação: a tranquilidade.

Em 1904, surge o primeiro guia fora das fronteiras francesas, na Bélgica. Ele abre caminho para uma nova coleção de publicações em outros países, registrando, ao final de 2008, uma lista de 26 guias e 23 países cobertos, até a República Popular da China, com a publicação, em chinês e inglês, do guia Hong-Kong-Macau. As grandes etapas fora da Europa dessa dimensão internacional do guia Michelin começaram nos Estados Unidos, com a chegada do guia a Nova York em 2005, seguida em 2006 do de São Francisco e, em 2007, dos de Los Angeles e Las Vegas. Na Ásia, foi em Tóquio que o guia desembarcou primeiro, em 2007 (em japonês e inglês), depois na China, em 2008.

No que diz respeito às traduções, a primeira edição do Guia Michelin França em versão inglesa foi publicada em 15 de julho de 1908, com o Bibendum animando um léxico de seis páginas para ajudar os leitores anglófonos a se virarem em todas as situações. Em 1911, seis guias foram traduzidos para o inglês, com um sucesso que a Michelin classifica de “*monumental*”: empilhados, eles atingiriam a altura de 60 vezes a catedral de Saint-Paul, em Londres! São os guias das Ilhas Britânicas, França, Alemanha e Alpes-Reno (todos dois igualmente publicados em alemão), Espanha-Portugal (publicado também em espanhol) e Países do Sol (Itália do sul, Sicília, Córsega e Riviera francesa, Argélia, Tunísia, Egito).

Tudo isso era distribuído gratuitamente. Mas, em 1920, o guia passa a ser pago: André Michelin acabara de descobrir com indignação, ao passar por um distribuidor de pneus, que esses guias serviam para calçar os pés de uma banca. Nesse dia, ele decidiu que eles passariam a ser vendidos, pois “*o homem só respeita realmente o que paga*”. Trata-se também de uma bem-vinda ajuda financeira, já que, em 1908, eles haviam suprimido a rentosa publicidade hoteleira que havia entrado com sucesso em 1901 no guia Michelin, para que não se suspeitasse que o Bibendum, que dava grandes conselhos aos viajantes, fosse ao mesmo tempo juiz e parte interessada, como temiam os leitores do guia. Suas próprias apreciações surgiram aliás muito rapidamente, pois desde o primeiro guia pedira-se aos automobilistas que preenchessem questionários precisos. “*Sem eles, diziam os irmãos Michelin em seu prefácio, não podemos nada. Com eles, podemos tudo*”. Assim, de certa forma, eles foram os ancestrais distantes do temível corpo de inspetores que iriam, meio século mais tarde, fazer o mundo da gastronomia estremecer...

Foi em 1926 que surgiu pela primeira vez *a estrela da boa mesa* para os restaurantes citados no guia. A segunda e a terceira estrelas nasceram em 1931 para o interior e em 1933 para Paris. Bibendum usa agora um chapéu de *chef* para ajudar os *gourmets* a escolher os locais de suas refeições: uma estrela significa “*uma mesa muito boa em sua categoria*”, duas estrelas, “*vale o desvio*”, três estrelas, “*vale a viagem*”. O impacto psicológico foi considerável e muito rapidamente, assim que o guia Michelin passou a ser publicado todo ano, praticamente passou-se a falar apenas das estrelas, que todos os *chefs* sonham em obter, esperando subir na classificação. Na França, o decano dos *chefs* estrelados mantém as três estrelas há 44 anos!

A história algumas vezes reserva episódios inesperados. Assim, durante a segunda guerra mundial, como durante a primeira, o guia não saiu. Mas, na primavera de 1944, com o

desembarque dos soldados americanos na Normandia, o Estado-Maior Aliado temeu que o seu avanço pelas cidades francesas fosse refreado pela destruição de todas as sinalizações pelo ocupante [alemão]. Com a autorização da Michelin, ele mandou reproduzir em Washington a última edição do guia, de 1939, por causa de suas centenas de preciosas plantas das cidades. Os guias foram distribuídos aos oficiais com a menção “For official use only”. E após a libertação de Paris, mais de dois milhões de mapas do Norte e do Leste da França, da Bélgica e da Alemanha foram impressos e fornecidos aos Aliados para facilitar o seu avanço. Outro grande evento histórico: a queda do muro de Berlim em novembro de 1989, que provocou uma renovação total do guia da Alemanha, para incorporar o imenso território da Alemanha Oriental.

O guia Michelin França 2009, publicado nas versões francesa e inglesa, assim como o guia de Paris, contém 26 restaurantes três estrelas, 73 duas estrelas e 449 uma estrela, mais 527 “Bib gourmands”, uma menção especial indicando os restaurantes que oferecem uma excelente relação qualidade-preço.

A galáxia Michelin no mundo compreende ao todo 73 “três estrelas”, 26 na França e 47 distribuídas por 11 outros países, dos quais 9 na **Alemanha** e no **Japão**, 6 na **Espanha** e nos **Estados Unidos** e 5 na **Itália**. Mas, atenção às repetições! O homem mais “estrelado” do mundo, um *chef* francês, é claro, soma sozinho 25 brilhantes estrelas em vários países, como na China, no Japão ou nos Estados Unidos, onde trabalha com discípulos que são, em geral, ex-alunos. Existem atualmente 72 *chefs* contemplados com três estrelas no mundo.

Para sua centésima edição, 100 artistas confirmados e alunos de escolas de arte, selecionados por concurso, reinterpretaram a capa do guia Michelin criando guias “obras de arte”.