



“*La mise en science du terroir*”: implicações entre o conhecimento científico e o fomento das denominações de origem na produção de queijos AOC

Mayra Lafoz Bertussi¹

Resumo

Como uma estratégia de patrimonialização da produção alimentar, as denominações de origem são uma estrutura de classificação que incidem sobre a definição de quais artigos podem ou não fazer parte de um conjunto restrito e mais valorizado de mercadorias. Quando comparados às *commodities*, os produtos agroalimentares de origem protegida se diferenciam por uma imagem de tipicidade e autenticidade. O presente artigo tem como enfoque o selo de denominação de origem de maior reconhecimento na França, as *appellations d'origine contrôlée*. Baseada na noção de *terroir*, essa estrutura de certificação engaja argumentos geográficos, históricos e sociais para sustentar a singularidade do produto protegido. Ideias como tradição, *savoir-faire*, tipicidade se associam a fim de criar a singularidade do produto alimentar protegido. Interessado nos mecanismos de institucionalização da qualidade alimentar, o artigo investe na compreensão das transformações ocorridas no processo de internacionalização das denominações de origem para os queijos franceses. A inserção desse modelo para além do território francês, com o reconhecimento das *appellations d'origine contrôlée* junto à União Europeia e à Organização Mundial do Comércio, desencadeou uma série de controvérsias quanto à qualidade alimentar. Na Europa, concomitante à regulamentação dessa certificação para o conjunto de países membros, houve um incentivo para a solidificação da justificativa legal do estatuto privilegiado que as denominações de origem gozavam face às transações comerciais. Nesse contexto, foi estimulado um processo de legitimação dos selos via intensificação de critérios produtivos. A delimitação de raças bovinas tidas como tradicionais, a valorização do capim e do feno como ração de base e a interdição ou diminuição da alimentação fermentada para as vacas, o uso preferencial do leite cru como argumento de preservação da diversidade sensorial, gustativa e cognitiva do *terroir*, a extensão do tempo de maturação dos queijos são exemplos de critérios incentivados a partir do período de extensão das *appellations d'origine contrôlée* para Europa. Com uma abordagem etnográfica e uma pesquisa de campo concentrada na região Auvergne, o artigo pretende compreender o papel da *expertise* científica dentro da justificação de processos considerados tradicionais de produção alimentar.

Palavras chave: denominações de origem; *terroir*; expertise científica; internacionalização

¹ Doutora associada ao *Centre Européen de Sociologie et Science Politique* (CESSP), Paris, França. Doutorado em *Ethnologie et Anthropologie Sociale* pela *École des Hautes Études en Sciences Sociales* em cotutela com o Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Estadual de Campinas, Brasil.

O presente trabalho considera as denominações de origem uma estrutura de classificação que incide sobre a definição de quais artigos podem ou não fazer parte de um conjunto restrito e mais valorizado de mercadorias. Quando comparados aos produtos de consumo de massa, os produtos agroalimentares de origem protegida buscam, ao menos idealmente, se diferenciar por uma imagem de tipicidade e autenticidade.

A partir da noção de *terroir*², as *appellations d'origine contrôlée* (AOC) são as denominações de maior reconhecimento na França e sustentam a singularidade dos produtos a partir da associação de argumentos de cunho geográfico, histórico e social. No estabelecimento do mercado comum europeu surgiram as *appellations d'origine protégée* (AOP), selo cuja referência está baseada no modelo francês das AOC. A inserção das denominações de origem nas discussões e acordos que balizam o mercado internacional engendrou uma reconfiguração política e econômica que culminou numa modificação institucional para determinados órgãos de apoio técnico e científico da política agrícola francesa. O caso dos queijos revela implicações particulares destes órgãos e de seus cientistas no que se tornou a enunciação de critérios produtivos válidos para o conjunto de queijos AOC. O presente artigo quer justamente identificar as principais consequências desse processo de internacionalização dos selos de proteção da origem para queijos franceses.

A etnografia é o método privilegiado pela pesquisa e a perspectiva dialógica adotada permitiu acompanhar os diferentes argumentos e posturas dos interlocutores quanto aos critérios que conferem qualidade a um queijo. Nesse sentido, o recorte temporal que identifica a internacionalização dos selos foi escolhido a partir de temas que mobilizaram os interlocutores em campo. A pesquisa completa resultou numa tese de doutorado em Antropologia Social defendida em 2020. Embora o trabalho de campo tenha se concentrado principalmente na região da Auvergne³, durante os anos de 2012 a 2019, os argumentos trazidos neste artigo buscam compreender algumas das consequências do período de internacionalização dos selos e, nesse sentido, extrapolam uma delimitação meramente geográfica.

² Sem tradução para outras línguas, o termo *terroir* remete às especificidades geográficas, sociais e históricas do processo de manufatura de determinados produtos agroalimentares.

³ A última reforma territorial e administrativa de 2015 nomeou a macrorregião como Auvergne-Rhône-Alpes. Contudo, as representações relacionadas à produção de queijos se referem frequentemente somente à Auvergne.

O caso dos vinhos, uma referência incontornável

No início do século XX, sob a Terceira República francesa, o surgimento das AOC coincide com um período de disputas em torno das normas comerciais do mercado vitícola. Uma crise gerada por pragas que atacavam as vinhas desencadeou a escassez na produção. Comerciantes, até então reconhecidos pela boa reputação dos seus produtos, começam a misturar vinhos de alta e de baixa qualidade, buscando dar o nome dos vinhos renomados a tais misturas. Em meio a esse cenário dois atores entram em concorrência. De um lado, os comerciantes que praticavam uma produção de caráter industrial e desterritorializada, com a mistura de vários componentes como açúcar, uva passa e corantes. De outro, proprietários dos vinhedos que, na busca pela valorização, sustentavam um modelo de produção artesanal e uma concepção natural do vinho. É dos proprietários dos vinhedos que emerge a noção do *terroir*, como princípio que atestava o vínculo entre origem geográfica e qualidade do vinho.

É a partir das disputas a respeito da qualidade do vinho da Borgogne que o sociólogo Gilles Laferté e o historiador Olivier Jacquet (2006) revelaram como as redes políticas dos proprietários dos vinhedos se mostraram mais eficientes, o que influenciou fortemente na aprovação pelo Parlamento Francês de uma lei que institucionalizou as AOC em 1935. Como uma normatização do mercado, a partir da noção de *terroir*, o estabelecimento das AOC resultou numa hierarquia entre áreas de produção – umas aptas a produzir vinhos considerados de alta qualidade e outras destinadas à produção de vinhos de consumo cotidiano⁴. Para além da localização geográfica, a participação numa AOC é obrigatoriamente vinculada ao cumprimento de uma série de critérios produtivos específicos de cada selo, elaborados entre produtores das AOC e representantes do Estado. Num primeiro momento, representantes políticos em favor do sindicato que reunia pequenos viticultores tinham cadeira no Parlamento. Além de promulgar a lei de sua institucionalização, o Parlamento tornou-se responsável por verificar o respeito aos critérios por parte dos proprietários dos vinhedos. Os proprietários, interessados no êxito das AOC, também controlavam uns aos outros. O estabelecimento da qualidade pela origem geográfica resultou numa hierarquia entre as áreas de produção, visto que as especificações das AOC seguem preceitos da valorização do lugar e o princípio da raridade⁵.

⁴ Em francês, a categoria para reconhecimento do vinho de consumo cotidiano ou banal, ou seja, não destinado aos eventos de maior prestígio, é reconhecida como “vinhos ordinários”.

⁵ O livro da antropóloga Marie-France Garcia-Parpet (2009) revela diferentes formas de como o princípio da raridade incide sobre a valorização dos vinhos.

Além do caráter político e legislativo de institucionalização das AOC, evidente nesse período de regulamentação, Laferté (2006) lança mão de uma análise crítica para identificar a dinâmica simbólica que acompanhou esse processo de redefinição da qualidade dos vinhos. Nesse sentido, o autor evidencia as conexões político-culturais pelas quais os vinhos da Bourgogne souberam reinventar a imagem do produto – de um bem aristocrático para um bem reconhecido como autêntico e *vigneron*⁶. Essa operação de renovação das estratégias comerciais do mercado de vinho é também decorrência de um processo de folclorização dos territórios vitícolas, resultado tanto do investimento no mundo turístico, como do discurso acadêmico, quando se mobilizam acadêmicos regionalistas para produzir um discurso científico, legítimo e conforme as ambições comerciais das elites políticas e industriais da Bourgogne (Laferté 2006).

Para a presente análise, é relevante ressaltar como esferas inicialmente vistas como distantes, tais como o turismo e o discurso acadêmico, se engajaram no processo de redefinição da imagem dos vinhos da Bourgogne. Nesse sentido, Laferté (2006) demonstra como o folclore e a gastronomia regional se transformaram em elementos centrais do repertório de ação turística empregado por grupos políticos e econômicos influentes na conversão da imagem da Bourgogne. Se, inicialmente, a oferta de atrativos turísticos da região oferecia apenas monumentos e paisagens naturais, o período pós-guerra representou a incorporação da gastronomia como oferta turística. De acordo com o sociólogo, tais empreendimentos institucionalizam um repertório de figuração dos territórios impulsionado inclusive pela economia vinícola.

No que tange à participação do mundo acadêmico, Laferté (2006) retraza a enunciação e legitimação de um discurso folclorista dentro do campo científico capaz de conformar as ambições comerciais das elites políticas e industriais da Bourgogne. A geografia de Vidal de la Blache, que sustenta a diversidade dos territórios – chamadas de “pequenas pátrias” – como base para a construção de um imaginário de nação, é mobilizada como ciência aplicada ao desenvolvimento local nas universidades regionais (Laferté 2006: 100). Dessa maneira, os proprietários dos vinhedos, conectados ao mundo turístico e acadêmico, encontram no repertório regionalista elementos para a construção simbólica do vinho AOC como um produto de *terroir*.

⁶ A tradução literal de *vigneron* “é aquele que cultiva as videiras”. Utilizado aqui como adjetivo, a categoria *vigneron* qualifica o vinho feito pelos proprietários dos vinhedos e ressalta um caráter artesanal do produto.

Se a sociogênese da qualidade dos vinhos da Borgogne e suas conexões com espaços de valorização do mercado de vinho esclarecem as condições de difusão de uma imagem de excelência, a generalização das AOC para outros produtos além do vinho, assim como a multiplicação de denominações de origem com base nos princípios do modelo francês, revela sua eficácia. Contudo, processos de patrimonialização da produção agroalimentar estão em constante evolução, sofrendo influências diretas de um mercado internacionalizado e do sucesso do modelo liberal das marcas comerciais.

O primeiro queijo AOC: o caso do roquefort

O Roquefort foi o primeiro queijo a tornar-se uma AOC⁷. Se as circunstâncias que estão presentes na emergência desta denominação de origem auxiliam na reflexão relativa à proteção dada a outros queijos, é fundamental ressaltar que o contexto produtivo do Roquefort é dificilmente comparável a qualquer outro do território francês. A originalidade do Roquefort repousa na maneira pela qual sua reputação nacional e internacional se concretizou no século XIX, inclusive com um estruturado comércio exterior que soube impulsionar sua imagem. A historiadora Sylvie Vabre, no livro *“Le sacre du roquefort: l’émergence d’une industrie agroalimentaire”* (2015), se propõe a retratar o prestígio do Roquefort vinculando a trajetória do produto àquela de sua indústria produtora. A partir de uma extensa pesquisa nos arquivos da empresa mais importante do Roquefort, a *Société des Caves*, Vabre considera o histórico da empresa como indissociável daquela vivida pelo seu produto emblemático.

Não é possível compreender a ascensão do consumo do Roquefort sem conhecer o papel dos proprietários das cavernas de maturação do queijo. Localizadas na região do Aveyron, sudoeste da França, as *caves* da montanha do Combalou são cavernas naturais cuja composição geomorfológica permite correntes de ar frio e úmido constantes, criando um ambiente propício para maturação de queijos. A maturação é ainda mais importante na medida em que os *affineurs*⁸ são historicamente os responsáveis pela comercialização do queijo (Vatin 1990). Com uma demanda crescente, proprietários das *caves* ampliaram a coleta de queijos frescos para além da região Roquefort trazendo-os para maturá-los em suas *caves*. A maturação tornou-

⁷ O estabelecimento do selo AOC para o Roquefort ocorreu pela via judicial. Somente depois de regulamentada a lei que garante a proteção da origem para queijos, em 1966, que outros produtos conseguiram o acesso ao selo por meio de decretos.

⁸ *Affineur* é um ofício cuja responsabilidade repousa na maturação do queijo e, historicamente, desempenhou igualmente as atividades de comercialização dos produtos.

se, dessa forma, um processo localizado no Roquefort enquanto a produção do leite era realizada em regiões diversas⁹. Nesse sentido, compreender o sucesso do Roquefort é reconhecer a função preponderante dos proprietários das *caves* frente a outros atores do processo de fabricação.

Em 1851, o domínio destes proprietários das *caves* desembocou na constituição de um monopólio industrial concentrado em torno das cavernas de maturação. Proprietários das melhores *caves* se reuniram em torno de uma sociedade de nome coletivo e constituíram uma das mais antigas e importantes empresas do Roquefort. Inicialmente nomeada de *Société Civile de Roquefort*, ela se transformou em 1882 numa sociedade anônima até chegar ao conhecido nome de *Société des Caves*¹⁰. Constituída como uma sociedade civil, a associação de proprietários não foi criada visando o aumento da produção, mas destinada a gerir coletivamente a comercialização do produto e o retorno financeiro que a propriedade daquelas *caves* propiciava. A adesão foi imediata e, pouco tempo após sua formação, a *Société* monopolizou dois terços da produção total do Roquefort.

Vinte anos após a fundação da sociedade entre proprietários, a segunda geração desses homens do Roquefort construiu uma estrutura capaz de estabelecer a passagem dos negócios para o desenvolvimento industrial. Ao longo da segunda metade do século XIX, o Roquefort conheceu um processo de industrialização crescente e mecanizou parte da fabricação, introduzindo inclusive máquinas a vapor nos seus procedimentos. Foi também um momento de expansão do mercado nacional e internacional. A participação na Exposição Universal de 1867¹¹ marcou uma verdadeira guinada para o produto, possibilitando novos mercados e uma afirmação na exportação.

A primeira AOC é instituída para o Roquefort com a promulgação de uma lei em 1925. Diferentemente da maioria dos selos AOC que se sucederam, esse primeiro selo não estabeleceu uma zona geográfica de produção do queijo, mas protegeu suas cavernas de maturação e determinou o leite de ovelha como matéria-prima obrigatória. Após a Primeira Guerra Mundial, o mercado do Roquefort sofreu uma queda na produção de leite de ovelha e foi afetado com sucessivas falsificações oriundas de regiões vizinhas e de outros países. A redução na

⁹ A extensão das áreas de coleta do queijo responde igualmente à necessidade de ampliar o tempo de fabricação, uma vez que o período de ordenha das ovelhas na região do Roquefort se limitava aos meses de fevereiro a março e junho a julho.

¹⁰ A *Société des Caves* é hoje reconhecida pelo nome de *Roquefort Société*, cuja propriedade é da Lactalis, um dos principais grupos de fabricantes de lácteos do mundo.

¹¹ Para afirmar o domínio e o poder da França em diversos setores, tais como o cultural, industrial, militar etc., as exposições universais foram grandes manifestações que aconteceram na sua maioria em Paris. A ocorrida em 1867 foi igualmente conhecida como a Exposição Universal da Arte e da Indústria.

quantidade de leite levou os produtores a fabricarem queijos de leite de vaca sob o nome de Roquefort, além de misturarem leite de ovelha com o de vaca e cabra. Os proprietários das *caves* compravam queijos de leite de vaca fresco para maturar em cavernas chamadas de bastardas¹² e os identificavam como Roquefort, fazendo com que parte dos produtos vendidos sob esse nome não passasse pelas *caves* naturais do Combalou.

Produtores de leite, por sua vez, se preocupavam com a possibilidade de industriais expandirem a área de coleta de queijos frescos para as colônias da África do Norte, enquanto os industriais suspeitavam da qualidade do leite fornecido pelos produtores de leite. Três eram então os critérios que geravam conflito: a interdição do leite de vaca, a extensão territorial das *caves* e o raio de coleta do leite. O primeiro tornou-se mais facilmente consensual, o leite de ovelha foi tornado obrigatório. A delimitação geográfica das *caves* foi um ponto sensível, uma vez que a questão recaía sobre a inclusão daquelas consideradas bastardas para a produção do Roquefort.

O tópico mais interessante tem a ver com a procedência do leite. Mesmo havendo uma proposta de limitação geográfica das áreas de produção, que buscava restringir o raio de coleta para as regiões do Aveyron, Lozère, Gard e Hérault, esse projeto não foi aceito. A empresa *Société des Caves* fazia algumas prospecções nas colônias do Norte da África, estendendo a área de busca de queijos brancos para essas localidades. Os criadores de leite de ovelha criaram uma organização sindical, conhecida como Federação Regional de Sindicatos de Criadores de Ovelhas, em 1923, temendo um aumento muito grande do número de produtores.

A distinção da AOC no Roquefort parecia residir nas *caves* de maturação e não na delimitação de uma zona de produção do leite, critério que se tornou elementar nos selos que se sucederam. Essa comparação torna-se ainda mais pertinente se levarmos em consideração que, no final dos anos de 1990, momento de internacionalização dos selos AOC, a qualidade do leite estava vinculada à sua área de produção. O primeiro queijo AOC, portanto, demonstra o quanto a definição do *terroir* adapta-se de acordo com contexto político e econômico de onde ela emerge.

¹² Em francês, *caves bâtarde*. Sylvie Vabre (2015) menciona uma tentativa de legalização dessas *caves* bastardas no final do século XIX. A investida não deu certo, mas sem dúvida a extensão do território das *caves* é mais um elemento de disputa na definição do produto.

Os diferentes caminhos da qualidade para os queijos na França

O século XIX inaugurou uma série de modificações técnicas e científicas no mercado de lácteos na França. Uma breve síntese histórica a partir desse recorte é capaz de reconhecer os distintos contextos nos quais a qualidade agroalimentar foi delimitada. Esse tópico se concentra nos diferentes parâmetros que balizaram a percepção da qualidade e as formas de sua institucionalização, buscando a partir dessa análise ressaltar os caminhos pelo qual uma parcela do Estado francês, os profissionais do mercado e os cientistas encararam o que era um bom produto.

O sociólogo François Vatin, no livro “*L’industrie du lait. Essai d’histoire économique*” (1990), considera três os principais momentos da industrialização do leite na França. A primeira etapa iniciou-se no século XIX com a chegada de uma estrutura “protoindustrial”¹³, o que significa que a atividade de transformação do leite era realizada em construções dispersas, majoritariamente em contexto rural e empreendida com o apoio de negociantes que comercializavam a mercadoria para locais mais distantes.

A segunda, ocorrida no último quarto do século XIX, refere-se à uma série de modificações técnicas, econômicas e sociais as quais Vatin identifica como “revolução láctea” (Vatin 1990: 14), permitindo o aparecimento de novas tecnologias de transformação industrial do leite e o nascimento de empresas modernas, tanto privadas como cooperativas. E, por fim, a partir do fim da Segunda Guerra Mundial, o país conheceu o que o autor chama de “fluidez industrial” (Vatin 1990: 14), caracterizada por uma concentração das estruturas, especialmente na década de 60 do século XX, seguidas de sua automatização nas décadas de 70 e 80.

A “revolução láctea”, da qual se refere Vatin (1990), está associada à emergência de uma área do conhecimento, a microbiologia do leite. Caracterizada por uma notável articulação entre preocupações teóricas e industriais, entre pesquisa fundamental e pesquisa aplicada, essa disciplina foi crucial para o desenvolvimento da indústria de lácteos. Refletir sobre o desenvolvimento da microbiologia conduz à obra incontornável do antropólogo Bruno Latour, “*Pasteur: Guerre et paix des microbes*”, cuja primeira edição de 1984 tem como objetivo relativizar a “genialidade” atribuída à “descoberta” dos micróbios realizada por Louis Pasteur

¹³ O conceito de protoindústria, utilizado por Vatin, tem como base aquele de Franklin F. Mendels, o qual reconhece a existência de uma atividade que já pode ser compreendida como industrial, mesmo que seja anterior à Revolução Industrial. Localizada principalmente em regiões rurais e com participação camponesa, é uma produção destinada às trocas exteriores ao mercado local, regulada por intermediários – para caso dos queijos, os *affineurs* – além de inserida numa rede complexa de transferências e serviços entre regiões agrícolas vizinhas (Vatin 1990). No círculo de estudiosos da economia do leite há questionamentos sobre a real existência de uma protoindústria láctea, conforme discussão apresentada por Sylvie Vabre (2015).

e seus discípulos. De cunho epistemológico e com instrumentos da sociologia da ciência, Latour visa analisar um dos consensos mais amplamente aceitos na história da ciência ocidental do século XX – a indiscutível “revolução” introduzida na medicina, na biologia e no movimento higienista pelos trabalhos realizadas por Louis Pasteur e sua equipe (Latour 2001: 19).

A partir de uma postura que suplanta a distinção epistêmica entre natureza, ciência e sociedade, Latour (2001) demonstra como a bacteriologia se projeta a partir de uma série de modificações nas relações de força encontradas em determinados contextos. Por esse viés, o sucesso da bacteriologia só pode ser compreendido a partir da reflexão em torno das áreas que foram diretamente influenciadas, assim como das negociações de sentido que foram empreendidas.

Tendo como um dos recortes a relação entre o movimento higienista e o pasteurismo, Latour (2001) identifica a carência do movimento higienista em dar respostas ao fenômeno da variabilidade do contágio, o que abre caminho para negociações junto às pesquisas de Pasteur. Numa época onde o higienismo é autorizado a tratar de diversos temas, desde alimentação até demandas urbanísticas, o movimento apresenta uma lacuna entre os problemas colocados e a doutrina simplista do contágio. A principal insuficiência residia em explicar a capacidade de variação do contágio de acordo com as circunstâncias do meio. É precisamente nesse ponto que Pasteur e sua equipe abrem espaços para negociações.

Nesse trabalho de negociação sobre os sentidos da virulência, é importante compreender o que os pasteurianos ofereceram aos higienistas. Trabalhando em seus laboratórios, os pasteurianos proferiram palavras que foram imediatamente traduzidas como evidências, afinal acrescentaram algo essencial para os objetivos de saneamento dos higienistas – os micróbios. Pasteurianos conseguiram transformar o inimigo em algo visível. Apesar desse trunfo, Pasteur e sua equipe não prescindiram do apoio de higienistas, nem modificaram a “batalha” e seu comando, mas indicaram para onde direcionar as forças (Latour 2001: 61). Pasteurianos traduziram os desejos dos higienistas, já seduzidos pelos procedimentos práticos lançados por Pasteur, para seus próprios projetos e acrescentaram um elemento que vai tornar ambos ainda mais fortes – a ação dos micróbios¹⁴.

O livro de Latour permite compreender a notoriedade que alcançou a bacteriologia de Pasteur como ciência legítima e aplicada. A estratégia de frequentemente conquistar espaços

¹⁴ Na perspectiva da antropologia simétrica, Latour reconhece que não foram apenas cientistas que agiram sobre os micróbios. Os micróbios são um meio de ação que permite aos pesquisadores percorrerem determinadas redes, elaborarem determinadas conexões, com determinados propósitos. O antropólogo reconhece o papel chave do laboratório nesse embate de legitimação da bacteriologia.

de maior apelo público permite a vulgarização do procedimento de pasteurização industrial no mercado de leite. Contudo, segundo o sociólogo Vatin (1990), a pasteurização não foi um procedimento amplamente aceito desde o início.

Seguindo as publicações de uma revista especializada na produção industrial do leite, *L'industrie laitière*, o sociólogo demonstra como higienistas e profissionais agrícolas tinham pontos de vistas opostos quanto às formas de conservação do leite. O principal ponto de debate residia no aquecimento do leite. Considerado como algo vivo, o aquecimento poderia acarretar a morte dos micróbios e, dessa forma, a morte do próprio leite. No mais, técnicos e consumidores identificavam um “gosto de cozido” no leite pasteurizado (Vatin 1990: 70).

No que concerne ao processo industrial de fabricação do queijo, a pasteurização levou tempo para ser disseminada. Por outro lado, a mesma afirmação não pode ser feita em relação à assimilação das descobertas em microbiologia por parte dos profissionais do leite. A microbiologia apresentava a vantagem de fornecer explicações satisfatórias a muitos dos problemas encarados na fabricação e foi rapidamente adotada pelos produtores de lácteos.

Interessava controlar o processo de fermentação para saber cultivar os “bons” micróbios. A primeira tarefa de especialistas em microbiologia do leite foi então inventariar os micróbios de interesse na produção, sendo as bactérias lácticas rapidamente catalogadas. Discípulos de Pasteur, como Émile Duclaux, natural da região da Auvergne, desenvolveram trabalhos científicos onde demonstraram a faceta útil das bactérias, a exemplo dos estudos que conseguiram isolar e identificar as espécies microbianas presentes na flora do queijo Cantal. A partir do estudo do sociólogo Vatin (1990) é possível compreender a intensa articulação entre preocupações teóricas e industriais, ou seja, entre a pesquisa científica (ou fundamental) e a pesquisa aplicada, corroborando então com a tese de Latour (2001) que caracteriza o pasteurismo por seu constante “deslocamento transversal” – do laboratório para vida prática e vice-versa.

Somente após a Segunda Guerra Mundial que a pasteurização será aplicada sistematicamente na fabricação de queijos em larga escala. Melhores instalações para o aquecimento do leite e a vulgarização do uso do aço inoxidável também são heranças desse período. O mercado internacional, preocupado com a qualidade sanitária, impulsiona o uso de tratamentos térmicos na fabricação de queijos. Os desdobramentos do pós-guerra também são responsáveis por uma transformação mais geral do contexto produtivo: extensão das áreas de coleta de leite, coletas mais volumosas, mecanismos de refrigeração do leite na fazenda. Tais modificações conduziram aos procedimentos térmicos no leite seguidos da necessidade de

inoculação¹⁵ por bactérias para produção de queijos. A fermentação passa a ser majoritariamente realizada por fermentos industriais.

A geógrafa Claire Delfosse, uma defensora declarada da diversidade dos queijos franceses, considera a microbiologia do leite como uma das responsáveis pelos argumentos que justificam uma concepção acerca da qualidade baseada na regularidade, na conservabilidade e nas ditas boas práticas de fabricação. Segundo a autora, essa visão é apoiada na postura de cientistas, técnicos e economistas que privilegiavam, sobretudo, a qualidade higiênica e sanitária dos queijos denunciando uma produção *fermière*¹⁶ como algo sujo e malsão. Essa perspectiva ganha maior apoio no período do Entre Guerras, quando o queijo se tornou um produto moderno, adaptado ao contexto urbano e cujas propriedades dependiam dos progressos científicos e tecnológicos, sendo que sua fabricação e manuseio encontravam nos laticínios industriais maior segurança e regularidade (Delfosse 1995).

Por outro lado, Delfosse reconhece que, neste mesmo período do Entre Guerras, políticos locais, eruditos e especialistas em gastronomia defenderam uma outra concepção de qualidade fundamentada na tipicidade e no *terroir*. O queijo se converteu num *produit de pays*, ou seja, símbolo de alimento regional, identitário e de origem camponesa. Essa perspectiva fundamentou uma postura que ganhou força anos mais tarde, sobretudo, a partir da década de 1980, quando o queijo se tornou um recurso patrimonial. Assim, de produto rústico, o queijo ganhou contornos de bem tradicional (Delfosse 1995).

Essa dicotomia entre qualidade sanitária e padronização em oposição ao caráter tradicional e identitário dos queijos é bastante recorrente, forjada tanto na literatura quanto nas experiências de campo. A análise das diferentes intervenções do Estado francês ao longo do século XX demonstra que tais concepções não necessariamente resultaram em posturas opostas, mas complementares. Nesse sentido, seja pelos órgãos de gestão pública ou pelo viés legislativo, o Estado francês ora privilegia uma concepção que dá prioridade ao mercado internacional e, dessa forma, à padronização e à orientação sanitária, ora ele se coloca em favor da diversidade e pelo caráter patrimonial da sua produção de queijos.

¹⁵ Durante a fabricação do queijo, existe uma temperatura ideal para a coalha do leite. A extensão das áreas de coleta aumentou o tempo da mesma, o que gerou a necessidade de esquentar o leite para a sua transformação.

¹⁶ Uma das diferenciações fundamentais para os queijos franceses é a distinção entre queijos *fermiers* e *laitiers*. Enquanto o *fermier* é necessariamente produzido a partir do leite oriundo de um único rebanho e reivindica a utilização de técnicas artesanais, o *laitier* é fabricado a partir da mistura do leite de vários produtores e responde a procedimentos industriais de produção. As diferenças entre esses queijos não se esgotam apenas em critérios produtivos. As categorias *laitier* e *fermier* refletem um sistema de classificação que incide sobre a representação simbólica tanto do produto quanto de seus consumidores.

No que tange às instituições, Delfosse (2015) demonstra que entre os anos 1960 e 1970 do século XX, o discurso dominante nos organismos de regulamentação da produção de lácteos baseava-se na modernização e na conquista do mercado europeu. A noção de qualidade para tais organismos estava fundamentada numa ideia de regularidade e garantia de volumes para que fosse possível alcançar novos compradores. O selo AOC para queijos não impunha um caderno de especificações técnicas muito restrito, a delimitação geográfica não necessariamente condizia com as práticas ditas ancestrais, já que se baseava nos limites da área de coleta de leite das empresas que faziam parte do selo e, caso fosse necessário garantir maior volume, era permitida sua extensão.

Os anos 1960 foram marcados por uma generalização das inovações técnicas na produção de queijos e resultaram na mecanização e automatização da sua fabricação. A pasteurização, já conhecida tecnicamente, foi disseminada nas queijarias, uma vez que os avanços com a tecnologia dos fermentos permitiram suprimir o déficit que o choque de temperatura inflige à flora bacteriana de interesse. Ampliaram-se as zonas de coleta de leite por conta de melhores condições, tanto no transporte quanto na refrigeração.

As décadas de 60 e 70 também conheceram progressos técnicos importantes na pecuária leiteira resultando num aumento significativo de rendimento – desenvolvimento de técnicas de armazenamento da forragem, como a ensilagem; progresso na seleção genética de raças com maior potencial produtivo; difusão da ordenhadeira mecânica, além de melhorias no estado sanitário do rebanho.

Para a indústria de lácteos, os decênios de 60, 70 e 80 refletiram numa reestruturação do capital que culminou numa maior concentração: grupos de produtores de abrangência inicialmente local ganharam envergadura regional; a legislação permitiu que o interesse privado tivesse lugar nas cooperativas; grandes grupos empresariais familiares reorganizaram e ampliaram seus contextos produtivos. Nesse contexto de concentração de capital em grandes grupos, os anos 1980 e 90 se consolidaram como um período de produção e consumo em massa de queijo.

O aumento da produção e consumo de massa não implicou no abandono de esforços na valorização simbólica de determinados queijos franceses. Desde ao menos a década de 1960, há um movimento de crítica relativa ao produtivismo e ao consumo de massa. No setor leiteiro, o acúmulo dos estoques de leite serviu de argumento para rechaço à política agrícola francesa e europeia. A pesquisa agrônômica e veterinária foi também atacada naquilo que ela acreditava

ser seu principal avanço, o impacto da seleção genética para o aumento no volume de produção (Cornu; Valceschini; Maeght-Bournay 2018).

Com reivindicações contrárias à padronização, proliferaram-se argumentos em prol da diversidade e da originalidade dos queijos franceses. Os queijos *fermiers* deixaram de ser considerados como rústicos para se tornarem típicos e ganharem reconhecimento patrimonial¹⁷. Acentuou-se a dicotomia que identifica, por um lado, queijos industriais, pasteurizados e padronizados e, por outro lado, a tipicidade e diversidade dos queijos de *terroir*.

A partir dos anos 1980, sobretudo, cresceu o número de iniciativas que vinculam queijos de produção local como oportunidades econômicas para projetos de desenvolvimento, muitos deles com financiamento regional. Os trabalhos sobre qualidade e origem entraram mais abertamente na agenda do *Institut National de la Recherche Agronomique* (INRA)¹⁸. Surgiram, assim, programas de pesquisa e desenvolvimento cujo foco repousava na retomada da produção de queijos locais, bem como sua integração ao patrimônio regional.

A internacionalização das AOC para o mercado comum europeu e seus reflexos

Os anos 1990 foram marcados pela internacionalização dos selos AOC para o território europeu. Os períodos de expansão do comércio são privilegiados para as disputas acerca da qualidade dos bens. Uma das rodadas de negociação do Acordo Geral sobre Pautas Aduaneiras e Comércio (GATT), realizada no Uruguai em 1987, incluiu os produtos agrícolas e alimentares dentro de seus compromissos multilaterais¹⁹. Convenções bilaterais entre países continuaram sendo acolhidas, mas essa inclusão representou uma ampliação da normatização internacional no setor, posto que o GATT tem papel central na diminuição de barreiras comerciais entre países.

No que tange aos produtos de origem protegida, o GATT integrou as indicações geográficas (IGs), categoria que abrange diferentes selos de procedência, enquanto direito de propriedade intelectual, fazendo que tal arcabouço legal fosse incluído no Acordo sobre

¹⁷ Os argumentos que sustentam a tradicionalidade dos queijos não nascem na década de 1960. Como afirma Delfosse, há uma tentativa desde a década de 30 de aproximar a qualidade dos queijos ao valor simbólico dos vinhos (Delfosse 1995: 202). Contudo, a intenção aqui é a de identificar uma possível aliança entre gastronomia e crítica ao modelo produtivista.

¹⁸ Em português, Instituto Nacional de Pesquisas Agronômicas (INRA).

¹⁹ A criação do *Codex Alimentarius*, um programa da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) e da Organização Mundial da Saúde (OMS) que estipula um conjunto de normas e diretrizes internacionais na área de alimentos, é de 1963. Como o foco do artigo recai sobre as denominações de origem, não aprofundarei o tema neste momento.

Aspectos Relacionados ao Comércio de Direitos de Propriedade Intelectual (TRIPS). A rodada do Uruguai culminou então com a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC), em janeiro de 1995, que sucedeu ao GATT na regulação do mercado mundial.

Tanto a criação da OMC quanto o Acordo TRIPS fizeram com que os países incorporassem um novo padrão de propriedade intelectual em suas legislações nacionais, criando mecanismos de penalização para os Estados-membros que não cumprissem tais acordos. As IGs, categoria citada no Acordo, sofreram pressões para comprovação de sua credibilidade, sobretudo por países como os Estados Unidos, onde os princípios da economia liberal baseiam-se essencialmente na propriedade individual. As IGs, por outro lado, representam uma outra concepção de propriedade, já que protegem um bem de acordo com seu território de origem (Barham 2003).

A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) reconheceu a posição ímpar ocupada pelas indicações geográficas no comércio mundial e criou um comitê especial dedicado ao desenvolvimento de uma melhor compreensão de como elas funcionam enquanto direito de propriedade intelectual. Os litígios a respeito de diferentes concepções de propriedade ficam mais evidentes se levarmos em conta que organismos como a OMC e acordos como o TRIPS sustentam em seu arcabouço teórico uma economia liberal, buscando como ideal um mercado sem atrito, ou seja, um modelo que nada impeça o livre fluxo de mercadorias, capital e trabalho. As IGs tornaram-se, para determinados países, um empecilho ao modelo baseado na propriedade individual. Os Estados Unidos são o exemplo paradigmático dessa postura.

Frente às negociações internacionais com a OMC, a União Europeia (UE) tomou uma postura em defesa das IGs. Contudo, antes da chegada desse consenso, uma controvérsia quanto à qualidade dos produtos agroalimentares delimitou duas posições antagônicas: países do sul da UE se situaram em favor do reconhecimento do sistema de proteção da origem, enquanto países do norte se posicionaram na defesa de um modelo de uniformização da produção, em que a tônica está na padronização e numa abordagem sanitária que privilegia a ausência de risco. Não por acaso, os países do sul, como França, Itália e Espanha, acumulam entre si o maior número de bens beneficiados por tais selos. A França tornou-se, de certa maneira, a representante desse núcleo, já que acumulam duas mercadorias com interesse comercial nos selos – os vinhos e os lácteos, em especial, os queijos.

Repercussões da internacionalização das AOC: a busca pela legitimidade do *terroir*

A internacionalização dos selos de indicação geográfica se refletiu em controvérsias relativas à qualidade alimentar. Resistências foram travadas no debate mundial, a exemplo das discussões na OMC, como também no território europeu, durante o estabelecimento do mercado comum. Na Europa, concomitante à regulamentação da certificação para o conjunto de países membros, houve um incentivo para a solidificação da justificativa legal do estatuto privilegiado que as IGs gozavam face às transações comerciais. Autoridades europeias insistiram sobre a importância em desenvolver estratégias ofensivas suscetíveis de reforçar a argumentação dos seus negociadores em prol de tais selos. Dentro dos parâmetros do livre mercado, era preciso comprovar que as denominações de origem não se tratavam de uma competição injusta. Buscou-se, dessa forma, fundamentos de consolidação e legitimação desse instrumento.

Nos anos 1990, ao regulamentar as IGs para o conjunto dos seus estados membros, a UE deixou sob a responsabilidade de cada estado-nação a administração dessa certificação. Na França, esse período coincidiu com a extensão das competências do *Institut National de L'origine et Qualité* (INAO) que, originalmente, se responsabilizava apenas pelas denominações vinícolas e passou a assumir o controle de todos os produtos protegidos pelas indicações geográficas²⁰.

Essa extensão das competências, conhecida também como um período de “reforma do INAO”, é relevante, pois fez com que outros produtos pudessem gozar de uma estrutura de proteção semelhante àquela já usufruída para o vinho. Como reforça a geógrafa Claire Delfosse: “il faudra attendre la réforme des AOC de 1990 pour que le fromage soit vraiment considéré comme l'égal du vin pour la protection de son origine” (Delfosse 1995: 206).

No momento em que o INAO se tornou responsável pelos demais selos, ou seja, durante as tratativas para o reconhecimento das denominações de origem para toda Europa, houve um esforço em adequar a noção de *terroir* para outros produtos que não os vinhos. Para os queijos esse ajustamento precisou ser ainda mais cauteloso, uma vez que era necessário coincidir uma concepção pensada originalmente para uma planta ser pertinente também para animais. Como lembrado por um pesquisador do INRA, um conceito concebido para um vegetal, estático por natureza, teve que se adaptar para a realidade de animais que se movimentam²¹.

²⁰ O INAO tornou-se o responsável pelo conjunto de todos os selos oficiais de qualidade (AOC/AOP, IGP, Agricultura Orgânica, *Label Rouge*).

²¹ Trata-se do depoimento de Claude Béranger dado para uma revista de difusão das trajetórias de pesquisadores do INRA (Poupardin; Desbrosses 1996).

A experiência de campo com o responsável pela delegação da região Auvergne-Limousin do INAO, Dominique Lanaud, é eloquente do posicionamento do Instituto em favor das AOC durante esse momento político. Ele reconheceu que o INAO, representando todos os selos de denominação de origem frente à União Europeia, buscou realizar um projeto de “tradução do *terroir*” (Diário de campo, 2015). A ideia de “tradução” é bastante eloquente pois reflete tanto o movimento de elucidação para outros países de uma noção genuinamente francesa como também reforça a necessidade de adaptação de um modelo vitícola para os demais produtos.

Pressionado a fornecer os argumentos que sustentam a legitimidade das AOC frente ao mercado comum, o INAO comprometeu-se a fornecer aos seus procedimentos o reconhecimento de bases científicas legitimadas internacionalmente. Para que conseguisse defender tais selos nas negociações europeias, bem como para o restante do mundo, o INAO encaminhou determinadas exigências às AOC. Assistiu-se, então, a um movimento massivo de incentivo para a revisão das normas de produção, propalado principalmente pelo INAO, mas igualmente por um conjunto de pesquisadores, profissionais do setor e agricultores que compartilhavam da ideia de que os AOC devem ser um instrumento de garantia do *terroir*. Para identificar esse período, Dominique Lanaud utiliza a categoria de “*densificação* nos cadernos de especificações técnicas”²² (Diário de campo 2015).

Esse movimento de *densificação* fica mais perceptível se comparado com os primeiros cadernos de regras de produção, o que na região da Auvergne remonta às décadas de 1950 e 60. Enquanto os primeiros cadernos se limitavam essencialmente à proteção do nome e delimitação de uma zona geográfica de produção, sobretudo para reprimir as falsificações que se aproveitavam do renome dos queijos franceses para comercializar produtos oriundos de outros países, esse período de *densificação* trouxe novos critérios à cena: a delimitação de raças bovinas tidas como tradicionais; a valorização do capim e do feno como ração de base e a interdição da alimentação fermentada para as vacas; o uso preferencial do leite cru como argumento de preservação da diversidade sensorial, gustativa e cognitiva do *terroir*; e, ainda, a extensão do tempo de maturação dos queijos como garantia de melhor gosto e qualidade.

Como uma espécie de taxonomia, tais critérios se tornaram balizas para classificar a produção de queijos de origem reconhecida na França. Ainda nesse raciocínio, a adequação a

²² *Cahiers des charges*. Os cadernos de especificações técnicas são um conjunto de normas específicas para cada produto AOC e que, ao menos idealmente, representa a garantia de um vínculo intrínseco entre o produto e seu *terroir*. Os cadernos de especificações técnicas são estabelecidos por decreto.

tais especificações é vista como uma maneira de alcançar maior respeito do queijo ao seu *terroir*. Tais normas criaram um registro cujos termos visam refletir essencialmente a autenticidade e a singularidade dos queijos de origem reconhecida. Ainda que o conceito de *terroir* sustente, antes de tudo, a singularidade de cada produto, tais critérios tornaram-se referências nacionais²³. As experiências de campo junto aos produtores demonstram que a concepção acerca do que confere qualidade a um produto é mais diversa que os critérios que constam em tais referências nacionais.

Para melhor compreender como a internacionalização dos selos culminou numa *densificação* dos critérios produtivos, foi preciso esclarecer em qual contexto essas especificações surgiram e de que maneira se tornaram consenso entre aqueles que sustentam a qualidade garantida por um selo AOC. Uma das instituições cuja atuação foi fundamental nesse processo foi o INRA que, em parceria com o INAO, engajou-se em diferentes projetos de pesquisa voltados à qualidade alimentar. Um dos departamentos de maior visibilidade nesses projetos foi o *Systèmes Agraires et Développement (SAD)*, responsável pela direção do projeto “*Construction Sociale de la Qualité*”²⁴.

Partidário da pesquisa-ação, este departamento tinha como prática a repercussão de posições políticas do INRA. O livro do sociólogo Pierre Bourdieu, “*Les usages sociaux de la Science: pour une sociologie clinique du champ scientifique*” (1997), elabora uma reflexão a respeito do INRA. Reconhecendo que a instituição reúne duas categorias de personagens e duas lógicas, uma científica e outra econômica, Bourdieu (1997) identifica igualmente duas espécies de capital científico: uma se caracteriza pelo esforço de reconhecimento dentro do próprio campo científico, ou seja, no espaço que se caracteriza pela concorrência do monopólio da autoridade científica. A outra espécie de capital pode ser chamada de temporal ou política institucional, ligada à ocupação de posições importantes, como direção de laboratórios ou departamentos, pertencimento a comissões, destinação de recursos, etc. (Bourdieu 1997).

No momento de refletir sobre a situação do INRA, o sociólogo aponta para uma dualidade vivenciada no seio da instituição com relação aos grandes debates dos anos 1990 – por um lado, os imperativos de crescimento e de produtividade e, por outro, a preocupação com a conservação do patrimônio (Bourdieu 1997). Ora, a defesa das AOC frente ao mercado comum europeu é uma posição em favor do patrimônio frente aos paradigmas da produtividade.

²³ O artigo da antropóloga Juliette Rogers, “*Enseigner le terroir*” (2013), identifica os critérios produtivos amplamente aceitos por aqueles que sustentam as AOC como “standards nacionais”.

²⁴ Em português, Construção Social da Qualidade.

Sem querer aprofundar nas questões internas ao INRA, é possível vislumbrar o SAD como um departamento voltado à pesquisa-ação e próximo de determinadas posições políticas internas ao INRA.

Dentre os documentos aos quais a pesquisa teve acesso, há correspondências institucionais e textos preparatórios que serviam de discussão para elaboração dos projetos elaborados durante a parceria entre INRA e INAO. Uma das passagens, enunciada pelo economista Egizio Valceschini, na época vinculado ao departamento SAD, demonstra os desafios da gestão da qualidade no contexto econômico e institucional daquele momento. Um dos tópicos busca o reforço e racionalização dos selos de qualidade:

Il s'agit [...] de restaurer ou de renforcer la crédibilité de la référence à l'origine en l'appuyant scientifiquement. Il n'est plus question de se référer à l'origine géographique, à des savoir-faire approximatifs ou à des recettes empiriques pour identifier tant bien que mal les produits [...]. Le recours à l'expertise scientifique doit ainsi permettre de codifier les usages, les techniques, les compétences, les conditions de production etc. (Casabianca; Valceschini 1996: 06).

A internacionalização das denominações de origem representa um período de expansão do mercado. No momento em que os preceitos do livre comércio se mostraram atingidos, foi necessário criar argumentos suficientemente convincentes, capazes de demonstrar o caráter singular dos produtos beneficiados. É nessa conjuntura que o Estado francês, representado pela aliança entre INAO e INRA, demanda a produção de conhecimentos científicos aptos a definir o que é um produto de *terroir*.

Considerações finais

Um dos propósitos do presente artigo foi relativizar a qualidade alimentar sustentada pela noção de *terroir*. Ao invés de encarar a qualidade de um bem como uma propriedade intrínseca, o objetivo foi contextualizar algumas das diferentes disputas que culminaram na instituição de selos AOC. Tendo a noção de *terroir* como fio condutor das análises, buscou-se realizar um aprofundamento a respeito dos processos de institucionalização da qualidade.

Numa breve análise histórica, percebe-se que o Estado francês deu prioridade ao mercado internacional e, dessa forma, à padronização e à orientação sanitária, como também se colocou em favor da diversidade e do caráter patrimonial da sua produção de queijos. Quanto ao recorte proposto no artigo, ou seja, o período de internacionalização das denominações de origem, é preciso reiterar que o modelo de proteção adotado tanto junto à OMC e à UE tem

1950

sua inspiração na política francesa de valorização de produtos agrícolas. Tal como as AOC, as AOP caracterizam-se pelo ideal do vínculo do produto com o seu *terroir*. Os períodos de expansão do mercado são momentos privilegiados para observar as disputas em torno do estabelecimento de critérios e aplicação de normas a respeito da qualidade de um bem alimentar.

Na produção de queijos na França, a expansão das AOC para o território europeu tem uma característica relevante. Enquanto os primeiros selos eram vagos, esforçando-se apenas na proteção do nome do produto e na delimitação de uma zona geográfica de produção, a internacionalização fomentou uma série de critérios produtivos nunca antes estabelecidos. Num momento em que as denominações de origem foram acusadas de ocuparem um espaço distinto nas negociações comerciais para o estabelecimento do livre comércio, qualidade diferenciada de um bem devido à sua origem de produção foi traduzida em critérios produtivos. Em outras palavras, foi preciso legitimar a qualidade baseada no *terroir*.

A reconfiguração político-econômica resultante da internacionalização dos selos engendrou uma recomposição institucional na França. Para apoiar as denominações de origem, o país pode, entre outras ações, mobilizar uma estrutura científica bem estabelecida no que tange ao apoio técnico e científico do mundo agrícola. Estabeleceu-se, assim, manifestações científicas que, traduzidas em critérios produtivos, pretendiam comprovar a singularidade dos produtos de origem protegida. Tal processo é reconhecido no presente artigo como uma “*mise en science*” dos queijos AOC.

Uma das contribuições é justamente explicitar a participação direta de uma esfera pouco aprofundada nos estudos a respeito das denominações de origem – o conhecimento científico. Ressaltar a importância da ciência nesse processo de legitimação dos selos de proteção da procedência não significa que a presença de atores externos ao âmbito produtivo não tenha sido mencionada em trabalhos anteriores. O presente artigo busca avançar no sentido de reconhecer a implicação de instituições bem estabelecidas do universo técnico-científico, tais como o INRA, na legitimação das denominações de origem frente aos acordos de regulação do mercado.

Por fim, resta necessário sublinhar que as iniciativas oferecidas pelas estruturas técnico-científicas francesas demonstram a utilização da ciência na validação do que é considerado *tradicional*. Diferentemente da maior parte dos casos do mercado alimentar, onde o saber científico é chamado a atestar a eficiência e inocuidade das inovações tecnológicas, o exemplo

descrito nesse artigo demonstra que o saber científico jamais é totalmente desinteressado e pode também legitimar a *tradição*.

Referências

BARHAM, E. 2003. “Translating *terroir*: the global challenge of French AOC labeling”. *Journal of Rural Studies*, 19(1): 127-138, Jan. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0743016702000529> Acesso em: 05 jul. 2021.

BERTUSSI, M. L. 2020. *A qualidade dos queijos da região da Auvergne*: um estudo sobre as relações entre a expertise científica e o fomento das appellations d’origine contrôlée (AOC). 257 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2020.

BOURDIEU, P. 1976. “Le champ scientifique”. *Actes de La Recherche En Sciences Sociales*, v. 2, n. 2, p. 88-104. Disponível em: https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1976_num_2_2_3454 Acesso em: 05 jul. 2021.

BOURDIEU, P. 1997. *Les usages sociaux de la science*: pour une sociologie clinique du champ scientifique. Versaille: INRA. 80 p. (Sciences en question).

CASABIANCA, F.; VALCESCHINI, E. (éd.). 1996. “La qualité dans l’agroalimentaire: émergence d’un champs de recherche”. *AIP Construction social de la qualité. Rapport final*. Paris: INRA-SAD.

DELFOSSÉ, C. 1995. “L’émergence de deux conceptions de la qualité du fromage dans l’entre deux-guerres”. In: NICOLAS, F.; VALCESCHINI, E. *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*. Paris: INRA-Economica, p. 199-208.

DELFOSSÉ, C. 2015. “L’intégration à l’INAO d’un autre secteur AOC développé: les produits laitiers”. In: WOLIKOW, S.; HUMBERT, F. (dir.). *Une histoire des vins et des produits AOC: l’INAO de 1935 à nos jours*. Dijon: Presses Universitaires de Dijon, p. 161-180.

GARCIA-PARTET, M-F. 2016. “Valorização dos produtos locais e mundialização dos mercados”. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. (orgs.). *Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 159-181.

LAFERTÉ, G. 2006. *La Bourgogne et ses vins*: image d’origine contrôlée. Paris: Belin.

LATOUR, Bruno. 2001. *Pasteur*: guerre et paix des microbes. Paris: La Découverte.

OLIVIER, J.; LAFERTÉ, G. 2006. “Le contrôle républicain du marché. Vignerons et négociants sous la Troisième République”. In: *HISTOIRE, SCIENCES SOCIALES*, 61, Paris. Annales... Paris: Éditions de l'EHESS, 2006. p. 1147-70.

POUPARDIN, D; DESBROSSES, B. 2002. “Béranger Claude, Paris, le 5 Juin 1996, le 11 Septembre 1998 et le 19 Mars 2001. Entrevistado: Claude Béranger”. *Archorales*, Paris, t.8, nov. 2002. Disponível em: <http://www7.inra.fr/archorales/t8-1BerangerC.pdf>. Acesso em: 13 set. 2020.

ROGERS, J. 2013. “Enseigner le terroir: la difficile appropriation d'une idéologie par des producteurs de lait dans deux syndicats AOC”, *Politix*, 3(103): 149-172. Disponível em: http://www.cairn.info/article.php?ID_ARTICLE=POX_103_0149. Acesso em: 16 nov. 2020.

VABRE, S. 2015. *Le sacre du Roquefort: l'émergence d'une industrie agroalimentaire*. Tours: Presses Universitaires François-Rabelais de Tours.

VATIN, F. 1990. *L'industrie du lait: Essai d'histoire économique*. Paris: L'harmattan.