

A INTERNACIONALIZAÇÃO DAS “APPELLATIONS D’ORIGINE CONTRÔLÉE” E “LA MISE EN SCIENCE DU TERROIR”: QUESTÕES PERTINENTES AO MERCADO DE QUEIJOS FRANCESES DE ORIGEM PROTEGIDA¹

THE INTERNATIONALIZATION OF THE "APPELLATIONS D’ORIGINE CONTROLÉE" AND “LA MISE EN SCIENCE DU TERROIR”: ISSUES RELEVANT TO THE TRADE IN FRENCH CHEESES OF PROTECTED ORIGIN

Mayra Lafoz Bertussi*

Introdução

O presente trabalho visa refletir sobre a qualidade alimentar a partir do contexto de internacionalização de um dos selos de denominação de origem mais difundidos na França: as *appellations d’origine contrôlée* (AOC). O reconhecimento do mercado desses selos, para além das fronteiras francesas e europeias, engendrou um processo de institucionalização da qualidade alimentar traduzido no enquadramento de determinados processos produtivos considerados como legítimos para o reconhecimento da qualidade.

Ao contrário do que considera grande parte do senso comum, o argumento desta pesquisa compreende que a qualidade alimentar não é uma característica intrínseca e estática de um bem. A definição do que é a qualidade de um produto reflete um espaço de poder e, por tal motivo, é permeada por uma série de disputas enfrentadas por diversos atores. Analisar cuidadosamente tais disputas permite compreender complexas configurações do mundo social, além de identificar distintos interesses econômicos.

Primeiramente, considera-se que as denominações de origem são uma estrutura de classificação que incide sobre a definição

1 A autora agradece à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) pelo financiamento concedido, aos meus orientadores Afrânio Garcia Júnior, Emília Pietrafesa de Godoi pela parceria na pesquisa e, pelas inúmeras oportunidades de interlocução, à Marie-France Garcia-Parpet.

* Centre Européen de Sociologie et de Science Politique (CESSP), Paris, FR. E-mail: mayralafoz@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2366-1376>

de quais artigos pode 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, tradicionalidade e autenticidade*.

A partir da noção de *terroir*², as *appellations d'origine contrôlée* 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 AOCs. 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 desses órgãos e de seus cientistas para a enunciação de critérios produtivos válidos para o conjunto de queijos pretendentes ao selo AOC.

A partir de um olhar atento aos diferentes atores e disputas que participam da institucionalização da qualidade alimentar, o presente artigo pretende desnaturalizar a ideia que considera a qualidade de um produto de *terroir* como algo intrínseco ao alimento. As principais consequências desse processo de internacionalização dos selos de proteção da origem para queijos franceses mostraram-se um terreno profícuo para tal reflexão.

A pesquisa que deu origem a este artigo foi desenvolvida tendo como base uma 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.

A etnografia foi o método privilegiado pela pesquisa de doutorado, 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 não foi escolhido por acaso, mas a partir de temas que mobilizavam os interlocutores em campo. Embora o presente artigo apresente em sua maioria uma análise documental, o acesso a esses registros e as impressões que eles suscitam foram obtidos contando com a etnografia realizada junto a pesquisadores engajados em processos burocráticos e legais de delimitação de determinados selos. Por ter empregado o método etnográfico com uma perspectiva crítica, foi possível relativizar a noção de qualidade alimentar.

A primeira parte do artigo se concentra numa análise do processo sociopolítico capaz de transformar a imagem dos produtos de origem reconhecida. Dessa forma, o diálogo com os trabalhos de Gilles Laferté (2006) e Marie-France Garcia-Parpet (2009, 2016) mostram quais são os atores em jogo

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, em geral, somente à Auvergne.

quando se trata de valorizar a imagem de um vinho de origem protegida. Em seguida, busca-se apresentar alguns dos grupos que participaram do estabelecimento da AOC Roquefort, a primeira denominação de origem para queijos. Os percursos para o reconhecimento das qualidades para os queijos na França é o tópico seguinte, sendo as tratativas da internacionalização do selo AOC identificadas posteriormente. O último tópico descreve os esforços de legitimação das denominações de origem pela via do conhecimento científico. O intuito é conhecer como a enunciação de uma série de critérios produtivos para delimitação da qualidade dos queijos AOC tem relação com determinado grupo de atores e suas disputas.

1. O caso dos vinhos: uma referência incontornável

No início do século XX, sob a Terceira República francesa, o surgimento das AOCs 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 com os 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 atesta o vínculo entre origem geográfica e qualidade do vinho.

É a partir das disputas a respeito da qualidade do vinho da Borgogne que sociólogo Gilles Laferté e o historiador Jacques Olivier (2006) revelam 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 AOCs, em 1935. Como uma normatização do mercado, a partir da noção de *terroir*, o estabelecimento das AOCs 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 AOCs 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 AOCs, também controlavam uns aos outros. O estabelecimento da qualidade pela origem geográfica resultou numa hierarquia entre as áreas de

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”.

produção, visto que as especificações das AOCs seguem preceitos da valorização do lugar e o princípio da raridade⁵.

Além do caráter político e legislativo de institucionalização das AOCs, 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 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 representa a incorporação da gastronomia como oferta turística. De acordo com o sociólogo, esses empreendimentos institucionalizam um repertório de figuração dos territórios impulsionado inclusive pela economia vinícola.

No que tange à participação do mundo acadêmico, Laferté retrata 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 Paul 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, p. 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*.

Se a sociogênese da qualidade dos vinhos da Bourgogne e suas conexões com espaços de valorização do mercado de vinho esclarecem as condições de difusão de uma imagem de excelência, a generalização das AOCs para outros produtos além do vinho, assim como a multiplicação de denominações de origem com base nos princípios do modelo francês, revela sua

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.

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.

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 livro da antropóloga Marie-France Garcia-Parpet, *Le marché d'excellence* (2009), identifica uma nova hierarquia de vinhos proporcionada pela mundialização desse mercado. Reconhecendo o lugar do vinho francês dentro desse novo contexto, e identificando uma transformação na composição social da oferta e da demanda, proporcionada em grande medida pelos produtores de vinhos dos EUA, Chile, África do Sul e outros, Garcia-Parpet identifica a dificuldade do modelo francês em dialogar com essa procura crescente e heterogênea. As referências culturais que então contribuíram para a valorização dos vinhos AOC na França, baseados na noção do *terroir*, se revelaram ineficientes para um espaço cultural diversificado.

As transformações no mercado de vinhos de qualidade, oriundas da mundialização, também tiveram consequências na França⁷. É o que identifica Garcia-Parpet ao notar o desenvolvimento de uma produção de vinhos de alta qualidade, baseada na expressão do *terroir*, mas dessa vez sem o reconhecimento do Estado. A antropóloga cita alguns casos, tais como a menção por revistas especializadas em vinhos de maior prestígio na França – a partir dos anos 1990 começa-se a reconhecer como *grands crus* tanto vinhos AOC, como não

AOC -, ou ainda o caso de cooperativas que atribuem a elas próprias a capacidade de reconhecer novos *terroirs*. O que esses movimentos demonstram é um deslocamento das estratégias de valorização pela noção de *terroir*. Enquanto as denominações de origem se institucionalizaram como uma ação coletiva legitimada pelo Estado, essas novas configurações refletem respostas a partir da iniciativa individual de determinadas marcas.

As reflexões de Gilles Laferté e Marie-France Garcia-Parpet oferecem os instrumentos para relativização da noção de *terroir*, e sobretudo demonstram diferentes formas de apropriação de tal noção em configurações sociais específicas. Ainda que o percurso com a institucionalidade da qualidade dos vinhos franceses seja uma análise incontornável, é fundamental atentar para as proximidades e distâncias entre o caso do vinho e dos queijos. A primeira grande diferença tem relação com o valor simbólico atribuído para cada produto. Mesmo que determinados queijos possuam um lugar de prestígio, nenhum deles se aproxima das pequenas fortunas que certos vinhos podem alcançar. Já a segunda, e não menos importante, tem relação com a questão sanitária, que determina contornos completamente distintos para produtos de origem animal. O próximo tópico analisa o processo de estabelecimento da primeira AOC para queijos visando identificar algumas das particularidades dos lácteos.

7 Garcia-Parpet reconhece que a notoriedade dos vinhos franceses exerce grande influência em uma clientela estrangeira. Contudo, a autora ressalta que até 1960 tratava-se de uma elite inglesa muito próxima da gastronomia francesa. Para o termo de mundialização, ela refere-se a um processo mais contemporâneo iniciado nos anos 1990 (GARCIA-PARPET, 2016, p. 161).

2. O primeiro queijo AOC: o caso do *roquefort*

O *roquefort* foi o primeiro queijo a tornar-se uma AOC⁸. Se as circunstâncias que estão presentes na emergência dessa 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. Sua singularidade não reside apenas na sua performance enquanto identidade nacional, já queijos como o *camembert* e o *brie* possuem autoridade suficiente ou maior nesse quesito, a depender do período histórico da análise. 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*⁹ 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 do *roquefort* trazendo-os para maturá-los em suas *caves*. A maturação tornou-se, dessa forma, um processo localizado no *roquefort* enquanto a produção do leite era realizada em regiões diversas¹⁰. 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, em 1882 ela se transforma em uma sociedade anônima até chegar ao conheci-

8 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.

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

10 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 onde era produzido *roquefort* se limitava aos meses de fevereiro a março, e de junho a julho.

do nome de Société des Caves¹¹. Constituída como uma sociedade civil, a associa o de proprietários não foi criada visando o aumento da produ o, mas destinada a gerir coletivamente a comercializa o do produto e o retorno financeiro que a propriedade daquelas *caves* propiciava. A adesão foi imediata, e pouco tempo após sua forma o a Société monopolizou dois terços da produ o total do *roquefort*.

Vinte anos após a funda o da sociedade entre proprietários, a segunda gera o 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 industrializa o crescente e mecanizou parte da fabrica o, introduzindo inclusive máquinas a vapor nos seus procedimentos. Foi também um momento de expansão do mercado nacional e internacional. A participa o na Exposi o Universal de 1867¹² marcou uma verdadeira guinada para o produto, possibilitando novos mercados e uma afirma o na exporta o.

A primeira AOC   instituída para o *roquefort* com a promulga o de uma lei em 1925. Diferentemente da maioria dos selos AOC que se sucederam, esse primeiro selo não estabeleceu uma zona geográfica de produ o do queijo, mas protegeu suas cavernas de matura o e determinou o leite de ovelha como m teria-prima obriga-

t ria. Após a Primeira Guerra Mundial, o mercado do *roquefort* sofreu uma queda na produ o de leite de ovelha e foi afetado com sucessivas falsifica es oriundas de regiões vizinhas e de outros países. A redu o na quantidade de leite levou 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 bastardas¹³, 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 col nias 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 interdi o 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 delimita o geográfica das *caves* foi um ponto sensível, uma vez que a questão recaía sobre inclusão daquelas consideradas bastardas para a produ o do *roquefort*.

O t pico mais interessante tem a ver com a procedência do leite. Mesmo ha-

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

12 Para afirmar o domínio e o poder da França em diversos setores, tais como o cultural, industrial, militar etc., as exposi es universais foram grandes manifesta es que aconteceram na sua maioria em Paris. A ocorrida em 1867 foi igualmente conhecida como a Exposi o Universal da Arte e da Indústria.

13 Em francês, *caves b tardes*. Sylvie Vabre (2015) menciona uma tentativa de legaliza o dessas *caves* bastardas no final do século XIX. A investida não deu certo, mas sem d vida a extensão do território das *caves*   mais um elemento de disputa na defini o do produto.

vendo 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 Sociéte 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 produtores.

Depois de alguns embates, foi decidido que a origem do leite deveria ser proveniente da França continental e da Córsega – uma extensão bastante ampla se comparada aos selos subsequentes. 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 está 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.

Assim como no vinho, o surgimento do AOC Roquefort é resultado de um período de controvérsias e disputas vivenciadas no mercado, tanto no que diz respeito à repressão contra produtos encarados como fraude, quanto aos conflitos entre produtores de leite e proprietários de *caves*. Da mesma forma, é possível inferir o quanto a instituição do selo responde aos interesses de determinados grupos que, naquele contexto, acumulam maior capital sim-

bólico, político e econômico. Após o reconhecimento do *Roquefort*, outros selos destinados à salvaguarda foram instituídos pela via judicial. Somente em 1955 foi promulgada uma legislação específica para queijos, posto que as primeiras AOCs foram elaboradas para a realidade dos vinhos e atribuídas somente a eles. O próximo tópico se concentra nos diferentes caminhos da institucionalização da qualidade para queijos AOC na França.

3. Os diferentes caminhos da qualidade para os queijos na França

O século XIX inaugura 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. Quanto aos selos AOC, é fundamental associar a institucionalização da qualidade dos queijos com aquela ocorrida na proteção dos vinhos. As AOCs vitícolas emprestam seus fundamentos teóricos e muitas de suas práticas de reconhecimento aos queijos, ambos fundamentados numa concepção que também se adéqua ao contexto onde está inserida, a ideia de *terroir*. Este tópico se concentra nos diferentes parâmetros que balizaram a percepção da qualidade e as formas de sua institucionalização, buscando a partir desta 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 “protoin-

dustrial”¹⁴, 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 etapa, ocorrida no último quarto do século XIX, refere-se a uma série de modificações técnicas, econômicas e sociais as quais Vatin identifica como “revolução láctea” (VATIN, 1990, p. 14) permitindo o aparecimento de novas tecnologias de transformação industrial do leite e também 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” (p. 14), marcada por uma concentração das estruturas, especialmente na década de 1960, seguida de sua automatização nas décadas de 1970 e 1980.

A “revolução láctea”, à qual se refere Vatin, 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 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 (LATOURE, 2001, p. 19).

Percorrendo três revistas científicas, num recorte temporal de 1870 a 1914, Latour desmistifica o imaginário em torno de Louis Pasteur como grande cientista para mostrar as relações de força e os argumentos engajados que possibilitaram legitimação da bacteriologia, tanto no campo científico como em diversas áreas. A partir de uma postura que suplanta a distinção epistêmica entre natureza, ciência e sociedade, Latour 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, e das negociações de sentido que foram empreendidas.

Tendo como um dos recortes a relação entre o movimento higienista e o *pasteurismo*, Latour identifica a carência do movimento higienista em dar respostas ao fenômeno da variabilidade do contágio, o que abre caminho para negociações junto

14 O conceito de protoindústria, utilizado por Vatin, tem como base aquele de Franklin F. Mendels que 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 – no 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).

com as 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 da contaminação, de acordo com as circunstâncias do meio. Quando era difícil explicar a origem e causa da transmissão de determinadas doenças, a “descoberta dos micróbios” possibilita compreender as diferentes formas de contaminação. É precisamente nesse ponto que Pasteur e sua equipe abrem espaços para negociações. Isso não significa dizer que os interesses de Pasteur se adequassem aos dos higienistas, mas que havia espaço para negociação sobre o significado do contágio e, sobretudo, sobre a variabilidade do contágio.

Nesse trabalho de negociação sobre os sentidos da virulência, é importante compreender o que 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 (LATOURE, 2001, p. 61). Pasteurianos traduziram os desejos dos higienistas, já seduzidos pelos procedi-

mentos práticos lançados por Pasteur para seus próprios projetos, e acrescentaram um elemento que vai tornar ambos ainda mais fortes – a ação dos micróbios¹⁵.

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 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, p. 70). O sociólogo cita, por exemplo, o argumento de um agrônomo que, no final do século XIX, publicou um artigo para defender o esfriamento, ao invés da pasteurização, como melhor técnica de conservação do leite. Para esse agrônomo, o esfriamento dificultava o desenvolvimento microbiano do leite sem descaracterizar suas propriedades inerentes e seu gosto.

No que concerne ao processo industrial de fabricação do queijo, a pasteurização le-

15 Na perspectiva da antropologia simétrica, Latour reconhece que não foram apenas cientistas que agiram sobre os micróbios. Os micróbios foram também um meio de ação que permitiu 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.

vou tempo para ser disseminada. Todavia, esta 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 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 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 sis-

tematicamente 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 e mecanismos de refrigeração do leite na fazenda. Tais modificações conduziram aos procedimentos térmicos no leite seguidos da necessidade de inoculação¹⁶ 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 a produção *fermière*¹⁷ como algo sujo e malsão. Essa perspectiva ganha maior apoio no pe-

16 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.

17 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.

ríodo 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 (DELFOSSÉ, 1995).

Delfosse reconhece que neste mesmo período do Entre Guerras, políticos locais, eruditos e especialistas em gastronomia defenderam ainda 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 (DELFOSSÉ, 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 se coloca

em favor da diversidade e pelo caráter patrimonial da sua produção de queijos.

É somente em 1955 que uma legislação de proteção à origem se aplicou explicitamente aos queijos, benefício que fora alcançado vinte anos antes para os vinhos¹⁸. Foi criado então um organismo competente para definir as denominações de origem: o Comité National des Appellations d'Origine des Fromages (CNAOF)¹⁹. Qualquer queijo que pretendesse pleitear um selo AOC deveria então se apresentar a esse organismo. Contudo, foi preciso esperar até 1966 para que um decreto regulamentasse a composição e funcionamento do CNAOF.

Para se ter uma ideia, depois da promulgação da lei de 1955 e antes da sua regulamentação em 1966, somente quatro decretos emitiram o selo AOC. Foram eles: o queijo *cantal* em 1957, o *reblochon* em 1958, o *laguiole* e o *salers* em 1961 – todos considerados queijos de montanha. Segundo Delfosse (2015), essas primeiras denominações obtidas por julgamento depois da Segunda Guerra Mundial demonstram uma forte industrialização da produção nessas regiões. O selo AOC se revela como instrumento de contraponto a esse processo.

No que tange às instituições, Delfosse (2015) demonstra que entre os anos 1960 e 1970, o discurso dominante nos organismos de regulamentação da produção de lácteos baseava-se na modernização e na conquista do mercado europeu. Segundo a autora, o próprio comitê responsável pelas denominações de queijos, o CNAOF, estava preocupado em garantir uma produção

18 Delfosse (2007) identifica a década de 1930 como aquela marcada pela estabilização do mercado de lácteos através de uma lei que definiu as principais espécies de queijos. Levando em consideração a restrição de espaço não aprofundarei o tema neste artigo.

19 Comité National de Denominações de Origem dos Queijos (CNAOF)

suficiente para o comércio. Em 1968, por exemplo, entrou em vigor a Organisation Commune des Marchés (OMC) do setor do leite (AGRICULTURE, 2004)²⁰, um conjunto de regras destinadas a organizar os mercados agrícolas no âmbito da Política Agrícola Comum (PAC). 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, portanto, as zonas de coleta de leite por conta de melhores condições, tanto no transporte como na refrigeração.

As décadas de 1960 e 1970 também conheceram progressos técnicos importantes na pecuária leiteira resultando num aumento significativo de rendimento: desen-

volvimento 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, o período entre os anos 1960 e 1980, refletiram em uma 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 1990 se consolidaram como um período de produção e consumo em massa de queijo. Adquirindo características de um produto padronizado, o queijo tornou-se de gosto e aspecto regular: de longa conservação e sem grandes modificações no refrigerador; palatável para uma ampla gama de consumidores e em porções que se adaptam às diversas situações. No mais, se consagrou como matéria prima para diversos pratos congelados. Assim, para além de um consumo regional já bastante disseminado na França, o queijo se estabelece enquanto produto popularizado cuja matéria prima segue normas-padrão e o consumo é adaptado para diversas classes etárias, socioeconômicas, e de diferentes origens geográficas.

20 A Organização Comum dos Mercados (OCM) no setor do leite e dos produtos lácteos entrou em vigor em 9 de julho de 1968 (Regulamento do Conselho nº 804/68), e é atualmente regida pelas disposições do Regulamento Europeu nº 1255/99. Esta regulamentação sofreu uma série de alterações em 1984 com a introdução do sistema de quotas leiteiras.

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 agrônoma e veterinária foi também atacada naquilo que 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 patrimonial²¹. 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 Re-

cherche Agronomique (INRA)²². Surgiram, assim, programas de pesquisa e desenvolvimento cujo foco repousava na retomada da produção de queijos locais, bem como sua integração ao patrimônio regional. Um dos casos mais eloquentes para este artigo é um programa de pesquisa-ação entre INRA e produtores do queijo *beaufort*. Embora esse programa tenha ocorrido anteriormente, entre as décadas de 1960 e 1970, ele serviu de exemplo para parte importante das pesquisas realizadas a partir dos anos 1980.

Do ponto de vista institucional, o enaltecimento do patrimônio culinário francês ganhou maior apoio. Associando diversos ministérios como Agricultura, Cultura, Turismo, além de conselhos regionais, é criado, no início dos anos 1990, o Conseil National des Arts Culinaires²³. A elaboração de um inventário do patrimônio culinário foi uma de suas missões, e queijos de produção local ganharam assento, sendo também repertoriados aqueles que possuíam potencial para ampliação ou retomada de produção.

Esse recenseamento realizado pelo Conseil National des Arts Culinaires proporcionou uma requalificação simbólica de certos bens que, a partir dessa iniciativa, obtiveram visibilidade e legitimidade enquanto patrimônio gastronômico. Esse viés patrimonial é reconhecido no movimento social Slow Food a partir de 1999. Contudo, diferentemente do inventário de iniciativa pública, o projeto Fortalezas Slow Food visa

21 Os argumentos que sustentam a tradicionalidade dos queijos não nascem na década de 1960. Como afirma Delfosse (1995), há uma tentativa desde a década de 1930 de aproximar a qualidade dos queijos ao valor simbólico dos vinhos. Contudo, a intenção aqui é a de identificar uma possível aliança entre gastronomia e crítica ao modelo produtivista.

22 Instituto Nacional de Pesquisas Agrônomicas (INRA).

23 O Conselho Nacional de Artes Culinárias foi criado em 1989 por Jack Lang, à época ministro da Cultura e Comunicação e recebeu o apoio de renomados chefs de cozinha.

aliar salvaguarda de produtos agroalimentares com valorização econômica. Assim, para se tornar objeto desse projeto é preciso ser considerado artesanal e apresentar uma viabilidade econômica, sendo que o movimento se encarrega da maior publicidade aos produtos selecionados (GARCIA-PAR-PET, 2016). As atividades desenvolvidas pelo Slow Food são relevantes na medida em que elas estimulam e oferecem estrutura para uma militância em prol da diversidade dos queijos de *terroir*.

4. 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 oportunidades privilegiadas para reflexões sobre 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 multilaterais²⁴. 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 (IG), categoria que abrange diferentes selos de procedência, enquanto

direito de propriedade intelectual, fazendo que tal arcabouço legal fosse incluído no Acordo sobre 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 esses 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, dessa forma, representam uma outra concepção de propriedade, já que protegem um bem de acordo com seu território de origem. A socióloga Elizabeth Barham, no artigo “Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling” (2003), descreve bem essa oposição americana:

On a deeper level, geographical indications as a form of intellectual property challenge the law, culture and economic logic of American business, oriented as it is towards liberal economic theory based on individual ownership. The United States is familiar and comfortable with trademarks as a way of protecting the intellectual property associated with a business name. (BARHAM, 2003, p. 129).

24 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 no tema neste momento.

Num certo sentido, e porque relacionada a um espaço geográfico, as IGs representam um tipo de propriedade coletiva. 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, ao menos, duas mercadorias com grande interesse comercial nos selos – os vinhos e os lácteos, em especial os queijos.

No relatório de um programa de pesquisa realizado pelo INRA, “La qualité dans l’Agro-alimentaire: émergence d’un champ de recherches” (CASABIANCA; VALCESCHINI, 1996), uma seção é destinada ao quadro institucional que dá sustentação à salvaguarda das denominações de origem pela UE. É significativo notar uma controvérsia identificada nesse relatório: o bloco de países a favor dos selos é chamado de “Europa do paladar”²⁵, numa alusão ao seu papel de referência na alta gastronomia, enquanto os países do Norte são qualificados pela abordagem tecnocrática do produto. Um lado é visto como subjetivo e cultural, o outro é industrial e objetivo. Um apela para o viés higienista, enquanto outro visa garantir a diversidade do gosto e de *terroirs*.

Os autores do relatório trazem como exemplo os dissensos relativos aos queijos de leite cru e o papel preponderante da França neste cenário. A *harmonização*²⁶ de regras sanitárias foi um ponto crucial para a diminuição de barreiras para o livre comércio na UE. No contexto de internacionalização dos selos de denominação geográfica

25 “Europe des Papilles” (CASABIANCA; VALCESCHINI, 1996, p. 243).

26 O verbo harmonizar é bastante utilizado em textos oficiais que estabelecem recomendações e diretivas no âmbito do comércio agroalimentar. Como parte dos interlocutores de pesquisa também se valem de tal categoria, sobretudo pesquisadores e experts do mercado de queijo, preferi ressaltá-la em itálico. Do ponto de vista etnográfico, a ideia de *harmonização* subentende a existência de uma disputa em jogo.

fica, e para o caso específico dos produtos lácteos, os queijos de leite cru tornaram-se então um emblema.

Após inúmeros embates, o leite cru acaba por ser aceito em toda UE. Uma diretiva instituída em 1992 estabelece as regras sanitárias para a produção e comercialização de lácteos de leite cru e tratados termicamente²⁷. Uma série de outras diretivas se seguem quando, em 2006, a *harmonização* dos regulamentos sanitários europeus para produção e comercialização de produtos alimentares se completou com a instituição do chamado “Pacote Higiene”²⁸. Ainda que tenha sido uma regulamentação adotada por todos os países membros, os argumentos da controvérsia citados anteriormente se mantiveram: a qualidade como a ausência de bactérias patogênicas, segundo os higienistas; a qualidade vista pelo viés da *tipicidade*, ou seja, enquanto um bem patrimonial inculcado pelo vínculo do produto com seu *terroir*.

Embora esse contexto institucional de internacionalização das AOCs tenha reanimado a oposição acerca da qualidade – os partidários de uma produção padronizada e os defensores da preservação daquilo que é compreendido como um patrimônio gastronômico –, essa oposição aparece em termos argumentativos já que na prática ela é muito mais complexa. Para citar apenas um exemplo, um mesmo queijo AOC pode conjugar as duas concepções, sendo fabricado à base de leite cru, mas não considerado como reverente ao seu *terroir*.

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

A internacionalização dos selos de indicação geográfica demonstra uma face das controvérsias relativas à qualidade alimentar. Resistências foram observadas 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 configuravam como 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 geográficas²⁹.

27 Directive 92/46/cee du conseil du 16 juin 1992.

28 Para mais informações, ver Paquet Hygiène, 2013

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

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 reforme des AOC de 1990 pour que le fromage soit vraiment considéré comme l'égal du vin pour la protection de son origine” (DELFOSE, 1995, p. 206).

Se, por um lado, o INAO eleva o prestígio dos queijos ao igualá-los à condição dos vinhos, por outro, os lácteos são de interesse para a instituição, já que representam o segundo item em termos de certificação da origem, ficando somente atrás dos vinhos. Essa reforma demonstra uma tentativa de unificação da estrutura de reconhecimento das denominações de origem. Em outras palavras, a experiência com os vinhos tornou-se referência para orientar o processo para os diferentes produtos.

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* também para outros produtos, além dos 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 movimentam³⁰.

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 AOCs 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 a necessidade de adaptação de um modelo vitícola para os demais produtos, quanto a necessidade de elucidação para outros países de uma noção genuinamente francesa para definição da qualidade alimentar.

Pressionado a fornecer os argumentos que sustentassem a legitimidade das AOCs frente ao mercado comum, o INAO comprometeu-se em 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 AOCs. 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 partilhavam da ideia de que os selos AOCs devem ser um instrumento de garantia do *terroir*. Para identificar esse período,

30 Trata-se do depoimento de Claude Béranger, dado para uma revista de difusão das trajetórias de pesquisadores do INRA (POUPARDIN; DESBROSSES, 1996).

Dominique Lanaud utiliza a categoria de “*densificação* nos cadernos de especificações técnicas”³¹ (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 1960. 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 taxinomia, esses critérios se tornaram balizas para classificar a produção de queijos de origem reconhecida na França. Ainda nesse raciocínio, a adequação a 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, os critérios tornaram-se referências nacionais³². 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 nessas 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”³³.

Contudo, para melhor compreender o que foi o projeto de construção social da qualidade é preciso situar a postura metodológica do SAD dentro do instituto. Partidário da pesquisa-ação, este departamento tinha como prática a repercussão de determinadas 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.

31 *Cahiers des charges*: os cadernos de especificações técnicas são um conjunto de normas específicas para cada produto AOC, 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.

32 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”.

33 Construção Social da Qualidade.

Reconhecendo que a instituição reúne duas categorias de personagens e duas lógicas, uma científica e outra econômica, Bourdieu 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, p. 28-29).

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. Ora, a defesa das AOC frente ao Mercado Comum Europeu é uma posição em favor do patrimônio frente aos paradigmas da produtividade. Sem querer aprofundar nas questões internas ao INRA, é possível vislumbrar o SAD como um departamento voltado à pesquisa-ação e próximo a posições em prol da patrimonialização da produção alimentar existentes no 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, à 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, p. 6).

A pesquisa se desdobra para os processos que permitiram a elaboração e a criação dos consensos em torno dos critérios que se tornam referências nacionais para produção de queijos de origem protegida. O aprofundamento desse tópico demandaria um espaço maior de exposição. Ainda assim, é notório que Casabianca e Valceschini (1996) ressaltam a demanda de maior engajamento dos conhecimentos científicos na legitimação dos selos de denominação de origem.

A internacionalização das denominações de origem representa um período de expansão do mercado. Neste contexto, foi preciso legitimar a qualidade diferenciada sustentada pelos selos. 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*.

As implicações entre mercado alimentar e o saber científico são historicamente

conhecidas. No entanto, o mercado alimentar convoca mais frequentemente o saber científico quando é preciso atestar a eficácia e inocuidade de inovações em produtos agroalimentares. Para o presente artigo, o interesse reside nos contornos mais contemporâneos do paradoxo entre pesquisa científica e legitimação da tradição.

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 percorrer as diferentes concepções acerca da qualidade para poder melhor contextualizar algumas das 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. A partir do estabelecimento das AOCs para os vinhos, identificou-se como esse mecanismo de valorização de bens agroalimentares foi expandido para outros produtos, notadamente para os queijos franceses.

Uma breve análise histórica percebe 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 União Europeia tem sua inspiração na política francesa de valorização de produtos agrícolas. Tal como as AOCs, as *appellations d'origine protégée*

(AOP) caracterizam-se pelo ideal do vínculo do produto como 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.

Desse contexto emergiu uma controvérsia bastante recorrente nas discussões acerca das denominações de origem para os lácteos: de um lado, países em favor da estrutura de proteção da origem, considerando os selos uma estratégia de preservação do patrimônio alimentar; enquanto, do outro lado, países saíram em defesa de um modelo que apela pela uniformização da produção e aposta numa abordagem sanitária que privilegia a ausência de risco. A partir dessa conjuntura, foi preciso produzir argumentos legítimos que sustentassem a posição privilegiada das AOCs no mercado internacional.

Na produção de queijos na França, a expansão das AOCs 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 resultado 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. Assistiu-se, dessa forma, a uma modificação institucional na qual o INAO ampliou suas competências para assumir todos os selos de qualidade. No mesmo sentido, fomentou-se uma colaboração entre INRA e INAO que visava a criação de argumentos científicos capazes de assegurar a qualidade distintiva dos selos AOC. 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. A geógrafa Claire Delfosse e a socióloga Marie-Therese Letablier (1995), por exemplo, baseiam-se numa abordagem convencionalista para reconhecer uma evolução desses intermediários, à medida em que se institucionalizam as denominações de origem. O livro de Laferté (2006), citado anteriormente, reconhece a relevância do discurso acadêmico no processo de ressignificação da região da Borgogne. Identificando as contribuições de tais autores, o presente artigo busca avançar no sentido de reconhecer a implicação de instituições bem estabelecidas do universo técnico-científico, tais como determinados setores do INRA, na legitimação das denominações de origem

frente aos acordos de regulação do mercado.

Nesse sentido, é curioso perceber como produtos de *terroir*, considerados na sua essência como aqueles que representam a *tipicidade* de uma zona geográfica e a *tradição* de um modo de produção, precisaram apelar para uma estrutura científica e de base argumentativa para sustentar sua distinção dentro do mercado global de livre circulação de mercadorias. Assim, torna-se necessário sublinhar que as iniciativas ofertadas 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 neste artigo demonstra que este saber jamais é totalmente desinteressado, e pode também legitimar a *tradição*.

Referências

- AGRICULTURE. **Lait Et Produits Laitiers**. France, Disponível em: https://agriculture.gouv.fr/sites/default/files/documents/pdf/lait_2004.pdf. Acesso em: 07 abr. 2024.
- BARHAM, E. Translating Terroir: The Global Challenge of French AOC Labeling. **Journal of Rural Studies**, v. 19, n. 1, p. 127-138, 2003. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0743016702000529?via%3Dihub>. Acesso em: 5 de jul. 2021.
- BOURDIEU, P. **Les usages sociaux de la science**: Pour une sociologie clinique du champ scientifique. Versaille: Inra, 1997. (Sciences en question).
- BOURDIEU, P. Le champ scientifique. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, v. 2, n. 2, p. 88-104, 1976. Disponível em: https://www.persee.fr/doc/ars_0335-5322_1976_num_2_2_3454. Acesso em: 15 out. 2015.

CASABIANCA, F.; VALCESCHINI, E. (éd.). **La qualité dans l'agroalimentaire**: émergence d'un champs de recherche. Rapport final. Paris: INRA-SAD, 1996.

CORNU, Pierre; VALCESCHINI, Egizio; MAEGHT-BOURNAY, Odile. La recherche agronomique dans la mue libérale des sociétés industrialisées. In: CORNU, Pierre; VALCESCHINI, Egizio; MAEGHT-BOURNAY, Odile. **L'Histoire de l'INRA, entre Science et politique**. Versailles: Éditions Quae, 2018, p. 137-307. E-book.

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

DELFOSSÉ, C.; LETABLIER, M. T. Genèse d'une convention de qualité. Cas des appellations d'origine fromagères. In: ALLAIRE, G.; BOYER, R. **La grande transformation de l'agriculture**. Paris: INRA/Économica, 1995, p. 97-118.

GARCIA-PARTET, M-F. **Le marché d'excellence**: les grands crus à l'épreuve de la mondialisation. Paris: Seuil, 2009.

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

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

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

OLIVIER, J.; LAFERTÉ, G. Le contrôle républicain du marché. Vignerons et négociants sous la Troisième République. In: HISTOIRE, SCIENCES SOCIALES, v. 61. 2006, Paris. **Annales [...]**. Paris: Éditions de l'EHESS, 2006. p. 1147-1170.

PAQUET HYGIÈNE. La réglementation européenne pour la filière agroalimentaire. 02. jan. 2013. **Anses**. Disponible em: <https://www.anses.fr/fr/content/le-paquet-hygiène>. Acesso em: 20 out. 2020.

POUPARDIN, Denis; DESBROSSES, B. 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. Disponible em: <http://www7.inra.fr/archorales/t8-1BerangerC.pdf>. Acesso em: 13 set. 2020.

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

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

STANZIANI, Alessandro. **Histoire de la qualité alimentaire** - XIXème-XXème siècle. Paris:Liber, 2005.

RESUMO

O artigo tem como escopo 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. Interessado nos mecanismos de institucionalização da qualidade alimentar, o presente trabalho se concentra nas transformações ocorridas no processo de internacionalização das denominações de origem para caso específico dos queijos franceses. A inserção dessa estrutura nas discussões da Organização Mundial do Comércio e no Mercado Comum Europeu culminou numa série de controvérsias relacionadas à qualidade alimentar. Países que advogam em favor dos selos elaboraram argumentos que pudessem atestar a qualidade diferenciada dos bens de origem protegida. Observa-se um processo de legitimação via intensificação de critérios produtivos. A partir de uma abordagem etnográfica e de uma perspectiva dialógica, o artigo pretende refletir sobre as diferentes disputas relacionadas à qualidade alimentar.

PALAVRAS-CHAVE

Denominações de origem. *Terroir*. Expertise científica. Internacionalização.

ABSTRACT

The article focuses on the most widely recognised label of Protected Designation of Origin (PDO) in France, the *appellations d'origine contrôlée*. Based on the notion of *terroir*, such a certification structure engages geographic, historical, and social arguments to support the uniqueness of the protected product. Regarding with the mechanisms of institutionalisation of food quality, this paper focuses on the transformations that have occurred in the process of internationalisation of the designations for the French cheese origin. The fact that this structure has been added to the discussions of the World Trade Organisation and the European Common Market has culminated in a series of controversies related to food quality. In this context, the countries which advocate in favour of the labels have developed arguments that could attest to the specific quality of goods of protected origin. A process of legitimisation via intensification of production criteria is observed. Through an ethnographic approach and a dialogic perspective, the article intends to reflect on the different disputes related to food quality.

KEYWORDS

Protected Designation of Origin. *Terroir*. Scientific Expertise. Internationalization.

Recebido em: 25/11/2023

Aprovado em: 19/04/2024