

# “Inconfidência queijeira”: evoluções institucionais e práticas multiespécie na construção de um mercado de excelência para os queijos artesanais de Minas Gerais

“Inconfidência queijeira”: institutional evolutions and multispecies practices in the construction of an excellence market for artisan cheeses from Minas Gerais

**Leonardo Vilaça Dupin**

Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo, Brasil

## RESUMO

Este artigo é resultado de um trabalho etnográfico que analisa a construção de um mercado de excelência para os queijos artesanais fabricados em Minas Gerais. Seu objetivo é demonstrar como essa construção, que tem sido chamada de “Revolução Franco-Brasileira” ou “Inconfidência Queijeira”, não é apenas o efeito de iniciativas individuais ou discursos inventivos sobre a imagem do alimento, mas primordialmente uma consequência de evoluções estruturais e institucionais. Com demonstrou o trabalho de campo, que acompanhou a trajetória do queijo minas artesanal, desde a fabricação e o consumo ligado a famílias situadas em regiões produtoras de Minas Gerais até o seu trânsito em mercados de excelência, nessas evoluções estão envolvidos atores de mundos sociotécnicos distintos (sanitários, gastronômicos, comerciais etc.), além de atores não humanos (bactérias, fungos e ácaros, entre outros). O elemento essencial na institucionalização desse mercado é a maturação dos queijos, uma prática multiespécie que tem produzido um poder político eficaz ao transformar um alimento popular, envolto em controvérsias sanitárias, num objeto moral consumido por elites. Trata-se de um meio de construção de distinções que vem redesenhando a cartografia de produção, a comercialização e o consumo de uma parcela do alimento fabricado no estado.

**Palavras-chaves:** Mercados, Multiespécie, Maturação.

---

Recebido em outubro de 2022.  
Avaliador A: 16 de novembro de 2022.  
Avaliador B: 18 de novembro de 2022.  
Aceito em 13 de março de 2023.

---



**ABSTRACT**

This article is the result of an ethnographic work that analyzes the construction of a market of excellence for artisanal cheeses made in Minas Gerais. The aim is demonstrate how this construction, called “Franco-Brazilian Revolution” or “Cheese Inconfidence”, is not only the effect of individual initiatives and inventive discourses about the image of food, but primarily a consequence of structural and institutional evolutions. With demonstrated fieldwork, which followed the trajectory of artisanal Minas cheese, from manufacture and consumption linked to families located in producing regions of Minas Gerais till its transit in markets of excellence, these evolutions include a series of actors from different socio-technical worlds (sanitary, gastronomic, and commercial professionals etc.), but also non-human actors (bacteria, fungi, and mites, among others). As an essential element in the institutionalization of this market, cheese maturation emerges as a multi-species practice that has produced effective political power by transforming a popular food, shrouded in health controversies, into a moral object consumed by elites. It is a way of building distinctions that have been redesigning the cartography of production, commercialization, and consumption of the food manufactured in the state.

**Keywords:** Markets, Multispecie, Maturation.

**INTRODUÇÃO**

A construção histórica de uma variedade quase infinita de uso de ingredientes, técnicas de manipulação e processamento torna a alimentação um dos principais marcadores de diferenças culturais e um tema antropológico no qual transitamos do particular ao universal. Lévi-Strauss (2004), como já é bem conhecido na disciplina, analisou como, através da dicotomia entre o “cru e o cozido”, realiza-se a passagem da natureza à cultura, referindo-se direta ou indiretamente à invenção do fogo e, portanto, da cozinha, metáfora da transformação da natureza crua na cultura cozida. Ao considerar a grande relevância do estudo da comida para a compreensão do humano, no entanto, Lévi-Strauss (1979; 2006) caminhou para um terceiro vértice desse campo semântico, bem menos discutido, embora complete o que ele chama de triângulo culinário: o podre. Ele afirma que categorias empíricas, como cru, cozido e podre, podem servir de “ferramentas conceituais para isolar noções abstratas e encadeá-las em proposições”, de modo

a alcançar realidades mais profundas (LÉVI-STRAUSS, 2006, p. 448)<sup>1</sup>.

Embora, na análise estruturalista, a culinária apareça como uma tecnologia da mediação que permite a passagem entre operadores binários, da natureza para a cultura, nota-se, porém, que Lévi-Strauss não dedica a mesma atenção aos usos sociais da fermentação de alimentos. Ao considerar a passagem do cru para o podre como um processo “natural”, sem a interferência da cultura, a fermentação escapa do terceiro vértice culinário<sup>2</sup>. Porém ela é uma das formas mais antigas e importantes de “processamento” utilizadas pela humanidade e também pode ser observada enquanto uma linguagem carregada de signos, capaz de “desvendar estruturas”. Da uva para o vinho, da semente de cevada à cerveja, do arroz ao saquê, da farinha ao pão, do leite ao iogurte ou ao queijo, como trataremos aqui, todas essas transformações envolvem a fermentação. Ainda que tal processo pareça afastado do ambiente doméstico de um morador de um centro urbano – já que a ideia de deixar comida fora da geladeira, para promover seu apodrecimento, passou a provocar certa sensação de perigo/desordem (DOUGLAS, 1976; POLLAN, 2013) –, a história da alimentação na maioria das sociedades contemporâneas está atrelada aos processos de fermentação. Atualmente, estima-se que um terço dos alimentos consumidos pelos seres humanos em todo o mundo são fermentados (KATZ, 2014).

Sendo a fermentação um processo que consiste basicamente em levar alimentos à decomposição, incidindo criativamente na condução desse processo, em uma perspectiva menos antropocêntrica, o que foi entendido por Lévi-Strauss (2006) como “transformação por vias naturais” tem sido também pensado pelas lentes mais contemporâneas da antropologia como uma complexa relação ecológica ou multiespécie<sup>3</sup>. É o que fez Latour (1988), por exemplo, ao

1 Para Lévi-Strauss (2006), trata-se de categorias construídas socialmente e definíveis sempre a partir do ponto de vista de uma cultura particular. Ele dá o exemplo de aliados, durante a Segunda Guerra Mundial, que concebiam a categoria “apodrecido” de modo mais amplo que os europeus. O odor exalado pelas queijarias na Normandia, por exemplo, incitou os americanos a destruí-las.

2 Nos textos *O Triângulo Culinário* (LÉVI-STRAUSS, 1979) e *Pequeno tratado de etnologia culinária* (LÉVI-STRAUSS, 2006), o autor se dedica primordialmente às oposições entre o assado e o fervido. Encarando o defumado como uma forma que ilustra a articulação entre a natureza e a cultura na cozinha (que depende dos dois domínios articulados), também situa o frito e o grelhado em pontos intermediários desse triângulo, sem apontar o uso das técnicas de fermentação e seu papel simbólico, no entanto.

3 Vale dizer que isso ocorre na disciplina pelo menos desde a chamada virada ontológica, que aparece na antropologia nas últimas décadas (notadamente a partir das metafísicas indígenas) por meio, por exemplo, da crítica ao paradigma nuclear das ciências, consolidado a partir da filosofia cartesiana, preservado desde sua geração no século XVII, como na referida oposição entre natureza e cultura – mas também em diversas outras dicotomias, como “sujeito *versus* objeto” e “discurso *versus* realidade”. Sua premissa de multiplicidade faz com que a ideia de que há um único mundo, com distintas representações sobre ele, seja substituída pela existência de múltiplos mundos, cindidos por diferenças radicais. Ela ganhou novos campos de estudo na disciplina, sendo problematizada por pesquisadores como Bruno Latour (1988), Tim Ingold (2012), Viveiros de Castro (1996), Dona Haraway (2008) e Anna Tsing (2015), entre outros, que convergem na prática etnográfica como forma de acessar essa diferença radical e ao mesmo tempo desestabilizar categorias, revendo os limites de nosso aparato conceitual ocidentalizado.

analisar a redefinição das relações sociais subsequentes ao acolhimento conferido pela sociedade e pelo Estado às constatações do cientista francês Louis Pasteur, que, no século XIX, indicou que a fermentação é o resultado da atuação de seres vivos microscópicos (e não simplesmente de uma reação química), que passam a ser compreendidos como o principal meio para que a natureza desintegre matéria orgânica. O autor chama atenção para a agência desses seres microscópicos que se interpõem entre os humanos, redefinindo os vínculos sociais a partir daquele período<sup>4</sup>.

Aproximando-se de tal perspectiva, este artigo busca relativizar as fronteiras nas quais os atores humanos são parte de uma diversidade biológica mais ampla, com a qual interagem em muitas ordens de magnitude, imbricando natureza e cultura em um mundo de cotornar-se<sup>5</sup>. O objetivo é explorar esse campo de possibilidades para analisar a construção de um mercado de excelência para os queijos artesanais fabricados em Minas Gerais. Ele é resultado de uma pesquisa etnográfica, realizada entre 2014 e 2019, em Minas Gerais, motivada inicialmente por discussões e embates entre órgãos sanitários reguladores e populações locais em torno da produção e da comercialização de queijos artesanais. No entanto, a pesquisa terminou por constituir-se como uma etnografia realizada em vários “chãos” etnográficos e com múltiplos atores multiespécie em coconstituição.

Adotando como inspiração o trabalho de Paxson (2013), que etnografou o (re)nascimento de um movimento pró-queijos artesanais nos EUA, realizei em termos metodológicos um trabalho que acompanhou a trajetória do queijo minas artesanal, desde a fabricação e o consumo ligado a famílias situadas em regiões produtoras de Minas Gerais até o seu trânsito em mercados de excelência – tomando o termo de Garcia-Parpet (2009) –, que vêm sendo construídos pela entrada de novos atores de diferentes mundos sociotécnicos na cadeia do

---

4 Em *The pasteurization of France*, Latour (1988) pergunta em que condições a agência dos micróbios permite que os cientistas passem da observação em laboratórios para o espaço público. Ele argumenta que somente depois de um processo de convencimento – inclusive sobre a própria existência desses seres – é que a higiene se tornou um “poder” para disciplinar e coagir. E que foram importantes setores profissionais, como os sanitaristas, que acolheram as descobertas dos pasteurianos, pois permitiam direcionar e aumentar a eficácia de sua ação. Nesse processo, a lei científica, a lei jurídica e a moralidade pública se reforçaram mutuamente para combater os micróbios e possibilitar a regeneração social das massas urbanas. Como o autor aponta, o que Pasteur descobriu não foram os micróbios (vistos pela primeira vez dois séculos antes), mas como controlá-los em laboratório e conectá-los ao Estado republicano.

5 Aproximo-me aqui de autoras como Haraway (2008) e Tsing (2015), que se caracterizam por práticas minuciosas de atenção para as formas complexas nas quais todos nós nos tornamos na relação com outros seres, ou seja, uma “ecologia de seres” (KOHN, 2013) continuamente modelados e remodelados, mesmo que nem sempre conscientemente. Ambas apontam a necessidade de considerar um modo interespecífico de ser das espécies, recusando as fronteiras que isolam natureza de cultura. Tsing (2015) fala em “complexas relações de dependência e interdependência” (TSING, 2015, p. 185), e Haraway (2008, p. 6), em “pessoas e coisas mutuamente se constituindo”. Essas e outras abordagens vêm compondo o que tem se consolidado como um campo de estudo de multiespécie.

alimento, essenciais para sua valoração<sup>6</sup>. Ao seguir o alimento, fui percebendo-o como produtor e produto de uma complexa “ecologia de seres” (KOHN, 2013) entrelaçados em extensas redes com múltiplas dimensões a um só tempo e passíveis de serem historicizadas e etnografadas. Assim, acompanhei um conjunto amplo de relações, envolvendo diferentes atores humanos – como famílias produtoras, comerciantes, jornalistas especializados, cientistas e profissionais ligados à gastronomia – e não humanos – como capim, gado, fungos, ácaros, bactérias e seres espirituais - que o queijo minas artesanal constrói em seus fluxos e, simultaneamente, dos quais resulta.

Como elemento central do trabalho, o alimento mostrou-se versátil e em constante performance, ao se modificar em aspectos visuais, gustativos e olfativos, e também simbólicos, que envolvem conhecimentos locais e incorporados, além da ação de microsseres, sendo em certos contextos, por isso, chamado de “alimento vivo”. Trato aqui de analisar a inserção desses microatores no processo de construção e institucionalização de um mercado alimentar de excelência e suas consequências para aqueles que estão dentro dessa institucionalidade, mas também para os que estão fora. A exemplo dos trabalhos realizados por Garcia-Parpet (2009, 2016)<sup>7</sup> e Laferté (2008)<sup>8</sup> – a respeito do mercado de vinhos franceses – e Rogers (2013)<sup>9</sup> – sobre a edificação de um sistema articulado de significados, valores e crenças para a construção de

---

6 Na pesquisa de campo, fiz viagens a três das chamadas regiões produtoras de Minas Gerais (Canastra, Serro e Alto do Paranaíba), que duraram períodos variados. Foram nove viagens somente em 2016. Destaco especialmente o trabalho de campo nos municípios São Roque e Medeiros, na Canastra, onde acompanhei o trabalho de produtores e comerciantes. Realizei também minha pesquisa de campo acompanhando reuniões e encontros que versavam sobre regulamentação sanitária, festivais gastronômicos e concursos de queijos, entre outros espaços. E ainda participei de listas de e-mail, grupos de WhatsApp e dezenas de comunidades virtuais, interagindo com muitos desses atores. Minha primeira opção nessa pesquisa foi não revelar os nomes dos atores pesquisados. Exceção foi feita àqueles que autorizaram a citação de seus nomes ou cujos nomes já foram citados em jornais, sendo, portanto, evidente sua exposição.

7 Em seu livro *Le marché de l'excellence*, Garcia-Parpet (2009) analisou as transformações na institucionalização de um mercado do vinho francês através das denominações de origem (DOs) e dos chamados “vinhos tecnológicos”. A autora mostra como as batalhas de classificação estão no centro das mudanças recentes no mercado mundial desse produto e como os “recursos” mobilizados nessa competição vão muito além do investimento dos empresários individuais e da intervenção do Estado.

8 O autor analisa a transformação do mercado de vinhos franceses na Borgonha, no período entre guerras, em um processo de reinvenção da imagem do alimento – gastronômica, artesanal e “autêntica” – mobilizada por uma série de atores sociais da região. Laferté (2008, p. 408) privilegiou o que denomina de construtivismo institucional e estrutural, optando por analisar os discursos, porém sem abandonar as instituições, evitando o risco de uma visão excessivamente plastificada da interiorização das normas sociais. Através dessas instituições, ele chama atenção para uma “encenação turística do território” que vai modelar a imagem dos vinhos, tirando-os do universo de referência da economia industrializada para a qualidade de produto “autêntico”, referenciado como patrimônio.

9 A autora analisa a atuação de dois sindicatos na formação e na consolidação de denominações de origem controlada (DOCs) de queijos na França, para fazer com que os diferentes atores envolvidos na cadeia produtiva adotem os princípios dessa certificação. A preocupação da autora é entender como se dão a adesão e a lealdade dentro dessa mentalidade, que ela chama de “*idéologie du terroir*”.

mercados –, procuro demonstrar que o processo de valorização por que passa uma parcela dos queijos artesanais do estado não é unicamente um efeito de iniciativas individuais e discursos inventivos – de “produtores inovadores”, “comerciantes especializados” ou “eruditos do campo da gastronomia” – sobre a imagem do alimento, sendo, primordialmente, consequência de uma infinidade de evoluções estruturais e institucionais. Diferentemente desses autores, porém, opto por considerar também contribuições não humanas que se interpõem e nos levam a uma melhor compreensão não apenas desse mercado em construção, mas, em última instância, do *anthropos*, o humano “em si” (PAXSON, 2013).

No centro desse processo multiespécie, que perpassa práticas como “vedar os pastos” e “fazer o gado” (DUPIN, 2019b), está “o trabalho” de fungos, ácaros e bactérias, que focarei neste artigo. Um ciclo de sucessão ecológica que gera a maturação dos queijos, no qual esses microsseres competem por espaço, criando condições para a colonização da espécie seguinte, e fazem com que o alimento modifique sua coloração, seu sabor, seu aroma e sua textura. Essa performance, cada vez mais controlada pelo uso de tecnologias externas às propriedades rurais, tem sido também marcada por transformações simbólicas que evidenciam as oposições que o alimento pode assumir ao longo da sua “vida” e que nos permitirão, como afirma Lévi-Strauss (2006), entender estruturas classificatórias que operam através da linguagem culinária. Aqui, como veremos adiante, a oposição entre queijos frescos e maturados se desdobra em outras modalidades dualísticas, como perigo e pureza, popular e elitizado, informal e formal, anônimo e notório. Tudo isso implicando transformações na identidade e nos fluxos do alimento, mas também de vários agentes (produtores, comerciantes, cientistas, microrganismos etc.).

Se com o crescente processo de ilegalização em curso em vários países do mundo, chamado por Paxson (2013) de “guerra aos queijos artesanais”<sup>10</sup>, a grande maioria dos queijos de leite cru fabricados em Minas Gerais atualmente circula cerceado por processos repressivos – sendo comercializados em mercados periféricos como um alimento muito popular, mas envolvido em controvérsias sanitárias –, a articulação de mundos sociotécnicos distintos tem levado à sociogênese de um mercado de excelência, no qual uma pequena parcela desses queijos adquire outra condição valorativa, direcionada a um novo público consumidor como um “objeto moral” digno de consumo, por caracterizar certo pertencimento a um estilo de vida próprio das elites.

---

10 A expressão “guerra aos queijos artesanais” é utilizada por Paxson (2013) para apontar um fenômeno repressivo que acontece em vários países, motivado principalmente pela matéria-prima utilizada nesses queijos, o “leite cru”, quer dizer, não submetido a tratamentos térmicos – como a pasteurização –, fortemente recomendados por códigos sanitários mundiais e alvo de fortes controvérsias internacionais.

Para explicar essas transformações, procuro demonstrar como a articulação desses mundos sociotécnicos e sua relação com atores não humanos têm construído uma nova imagem desses queijos. Esse movimento, que nos últimos anos ganhou destaque na mídia estadual e nacional, tem sido chamado de “Revolução Franco-Brasileira Queijeira” ou “Inconfidência Queijeira”<sup>11</sup>.

Vem aí a Inconfidência Queijeira que – como não podia deixar de ser – começou por Minas Gerais. Os mineiros se insurgiram contra a Portaria do Ministério da Agricultura, de 1996, que proibia a elaboração de queijo artesanal de leite cru. E foram lutando e aos poucos agregando forças de outros estados, e hoje a legislação finalmente mudou em favor da elaboração do queijo artesanal de leite cru. É uma revolução. O queijo artesanal deixou de ser “clandestino” e pode se tornar um dos melhores queijos do mundo. (Jornal de Beltrão, 2016).

A denominação citada acima remete à Inconfidência Mineira, histórico movimento independentista que, inspirado pela Revolução Francesa, marcou a história do estado. Nela envolveram-se atores dos mais variados ofícios (magnatas da região, comerciantes, fazendeiros, médicos etc.) da elite do estado. Como veremos adiante, a Inconfidência Queijeira tem produzido um mercado de elite inspirado no modelo francês de queijos artesanais e envolve um conjunto de diferentes racionalidades, cuja mobilização unificada em torno do alimento tem redesenhado a cartografia de produção e comercialização, além dos modos de consumo do alimento no estado.

## A GÊNESE DE UM MERCADO DE EXCELÊNCIA

Minas Gerais cultivava a tradição queijeira há quase 200 anos, mas até quatro anos atrás, com uma ou outra exceção, os queijos mineiros artesanais feitos com leite cru eram basicamente frescos, ou de meia cura, vendidos a preços camaradas. Apesar de pequenas particularidades nas sete regiões produtoras, os queijos eram todos parecidos, não havia preocupação com a identidade local. [...] A situação começou a mudar na Serra da Canastra quando os produtores foram estimulados a amadurecer seus queijos para conferir maior complexidade e valorizar o produto. (Caderno Paladar, 2017).

A maturação ou cura de queijos não é exatamente uma prática nova em Minas Gerais.

---

<sup>11</sup> Os nomes que ganharam notoriedade em matérias de jornais fazem referência a grupos de WhatsApp, criados a partir 2015, onde produtores, comerciantes, *chefs* de cozinha, cientistas e outros atores da cadeia se articulam para discutir a produção e a comercialização do alimento.

Porém, ela deixou de ser amplamente realizada nas regiões produtoras do estado a partir da década de 1980 por uma série de fatores, como o aumento do volume de produção – decorrente da incorporação de técnicas de recomposição do pasto e de complementos alimentares oferecidos ao rebanho, como silagem e rações –, da velocidade de comercialização – em decorrência da melhoria das estradas e dos veículos – e da incorporação do uso da refrigeração – que retarda o processo de maturação –, que levaram os produtores a vender seus queijos cada vez mais frescos.

Muitos produtores do estado se lembram dessa mudança, que fez com que o queijo passasse a ter saída semanal das fazendas de diferentes regiões produtoras para grandes centros urbanos, o que tirou o produto maturado das prateleiras dos mercados populares, tomados pelos chamados queijos brancos ou frescos, fazendo com que as novas gerações de produtores rurais e comerciantes tivessem pouca familiaridade com os queijos maturados. Os queijos maturados, por sua vez, gradativamente se tornaram um “subproduto” a ser reaproveitado pela indústria de alimentos, como as fábricas de pão-de-queijo<sup>12</sup>. São comuns os relatos de produtores que apontam tal transformação:

Meu vô fazia queijo lá, meu pai que me conta, porque eu não lembro. Tinha um quartinho telado e fazia os queijos, curava e também ia no burro pra levar pra vender. Só que quando eu fui fazer já não tinha mais comércio para queijo curado. Então eu fazia era frescal, tudo de leite cru, artesanal, mas era frescal. Não tem freguês para queijo curado, não é fácil. Hoje você ainda acha alguns, mas há trinta anos atrás [*sic*] não tinha. Já há 50 anos tinha. (LUCIANO CARVALHO, produtor rural de Medeiros, 2016).

Nos últimos anos, no entanto, a maturação tem sido uma prática retomada no estado, ainda que bastante restrita a seletos grupos de produtores e comerciantes patronais (que não trabalham diretamente na produção dos queijos, feitos com mão de obra assalariada) e/ou de origem urbana (ou com formação universitária e fontes de renda não rurais), além de possuidores de recursos financeiros para realizar as adequações sanitárias exigidas, tornando-os, assim, regularizados perante o poder público. Nas mãos desses atores, a prática ganhou espaços próprios de realização e cursos ofertados sobre o tema, bem como tem ocupado nichos de comercialização, recebendo atenção da grande mídia, do poder público e da *web*. Ela também tem sido um dos pontos mais frequentes nas discussões sobre a legalização e a valorização da comercialização de queijos artesanais no estado.

---

12 Sobre o tema, ver Dupin (2019a). Na tese, descrevo os diferentes destinos dados aos queijos pelos grandes comerciantes do queijo minas artesanal em Minas Gerais, chamados no próprio estado de “queijeiros”.

Ainda que tenha se intensificado na última década, a retomada da prática remete ao final da década de 1990 e se relaciona diretamente à gênese de um mercado de excelência formado no estado pelo que Cintrão (2016) chama de “novos queijos tecnológicos”<sup>13</sup>. Como aponta a autora, a década em questão é marcada por forte liberalização econômica e uma sucessão de crises sanitárias alimentares de repercussão internacional (“vaca louca”, “gripe suína”, entre outras), que aumentaram o medo dos microrganismos e a importância da segurança sanitária dos alimentos. Como consequência, ocorreu nesse período a implementação mundial, em vários países, de um conjunto de normas técnicas, procedimentos e práticas que estabelecem padrões de qualidade sanitária e segurança para os alimentos comercializados internacionalmente, chamado de *Codex alimentarius* (ORTEGA e BORGES, 2012).

Nesse período, no qual o Codex se tornou referência para a arbitragem de controvérsias sanitárias no comércio mundial de alimento e os Estados Nacionais foram incitados a “harmonizar” suas legislações, internalizando seus sistemas e ferramentas de controle, em Minas Gerais multiplicaram-se trabalhos científicos que coletam amostras de queijos em feiras e mercados, verificando em laboratório a presença de grupos de microrganismos acima dos níveis legais estabelecidos por códigos internacionais, o que classifica os produtos como “impróprios ao consumo humano” (CINTRÃO, 2016). Como demonstram Cintrão e Dupin (2020), tais análises performaram uma realidade de “falta de segurança alimentar” e de condenação da quase totalidade dos queijos artesanais comercializados, o que justifica as ações fiscalizatórias cada vez mais agressivas, ainda que nesse contexto se revele uma forte incongruência entre a realidade performada pelo laboratório e as avaliações dos consumidores, que predominantemente consideram os alimentos saborosos e inócuos. Multas e apreensões pelo não cumprimento da legislação criam um espaço discursivo que suscita suspeitas que os veem como alimentos contaminados e reforçam o prognóstico de que os queijos artesanais feitos nas roças estariam fadados a desaparecer, suplantados pela superioridade da indústria de laticínios.

Vale dizer que, ao contrário do que ocorreu com outros produtos lácteos – como o iogurte, a manteiga e mesmo a venda direta do leite fluido – na segunda metade do século XX, a emergência de tipos de queijos industrializados e a instalação de grandes e médios laticínios, que coletam leite em diferentes estabelecimentos rurais, não deslocou, em Minas Gerais, a fabricação de queijos do âmbito da produção familiar para a indústria, permanecendo, até os

---

13 Estudando controvérsias sanitárias e o processo de valorização de uma parcela de queijos artesanais no estado, Cintrão (2016) faz uma analogia com os “vinhos tecnológicos” estudados por Garcia-Parpet (2009).

dias atuais, um setor pouco concentrado, com a existência de milhares de queijarias de pequeno porte, ainda que operando na informalidade (DUPIN, 2019a)<sup>14</sup>. É como me disse uma liderança da região da Canastra durante o trabalho de campo: “o queijo é um dos poucos segmentos hoje em dia em que o produtor consegue dominar todo o processo, inclusive a alimentação das vacas” (LUCIANO CARVALHO, produtor rural de Medeiros, 2016).

Fabricado com apenas três ingredientes (leite, coalho e sal), e com a maior parte dos materiais para construção dos utensílios e das instalações sendo encontrada (ou reproduzida) nas próprias fazendas, a produção do queijo minas artesanal possui, historicamente, poucas barreiras à entrada de novos produtores. Ela é uma forma de permitir a preservação do excedente do leite sem resfriamento (via fermentação), visto que até poucas décadas atrás não havia eletricidade nas fazendas<sup>15</sup>. Essa produção pode ser apenas sazonal, com os queijos sendo fabricados apenas quando o preço do litro de leite pago pelos laticínios está baixo (geralmente nos meses chuvosos), voltando à venda direta do leite quando o valor do insumo melhora (nos meses de seca). O conjunto de tecnologias sociais de fabricação e distribuição desenvolvido nas regiões produtoras, associado à possibilidade de retorno monetário rápido e constante, uma vez que existem canais de comercialização e uma grande demanda pelo alimento nos centros urbanos, faz com que a produção de queijos artesanais esteja pulverizada por todo o estado.

A predominância da informalidade e da sazonalidade da atividade, no entanto, fazem com que seja difícil quantificá-la. Nos debates públicos em torno do tema, os dados mais citados são os da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater-MG), produzidos no início da década de 2000. Um levantamento realizado pela entidade afirma que, à época, cerca de 27 mil famílias estavam envolvidas na produção de queijos artesanais em Minas Gerais<sup>16</sup>, presente em 519 dos 853 municípios mineiros, o que explica por que o alimento se tornou um símbolo do estado.

Em reação à intensificação do processo repressivo dessa atividade tão popular, sua importância cultural foi evocada para defendê-la, alcançando o reconhecimento legal de seu valor e apreciação, com o registro do “modo de fazer os queijos minas artesanais” como bem cultural

---

14 Situação semelhante é descrita por Escoto e Gante (2012) no caso do México, onde grandes agroindústrias de laticínios dominam o setor de leite fluido (Nestlé) e de produtos como iogurte (Danone) e outros alimentos lácteos, mas por uma série de fatores, que também se relacionam com a pequena escala e a desconcentração dos mercados, não entraram no setor de queijos artesanais. Ver também Cintrão (2016).

15 Vale dizer que, nas regiões produtoras, o uso da eletricidade ainda hoje não é generalizado na fabricação dos queijos artesanais, mesmo tendo sido incorporado, a partir da década de 1970, em etapas como a ordenha e o resfriamento do leite fluido ou mesmo dos queijos.

16 No período de realização da pesquisa, menos de 300 propriedades mineiras produtoras de queijo se adequavam às normativas exigidas pelo poder público estadual (DUPIN, 2019a).

imaterial salvaguardado, em nível federal e estadual, em algumas regiões com concentração dessa produção<sup>17</sup>. Ainda houve a implementação de certificações, como as indicações geográficas (IGs), que funcionam como selos de qualidade para produtos comerciais que, identificados com certos territórios e com determinadas formas de produção, reconhecidas por sua notoriedade. Inspiradas no modelo francês de “denominações de origem”, essas certificações identificam os produtos como detentores de uma parte da história e da identidade de um grupo social, por isso atribui a eles reputação e autenticidade, ao distingui-los de bens similares disponíveis no mercado, propiciando “uma mudança de *status*, passando de um produto *commodity* a um produto simbólico” (GARCIA-PARPET, 2016)<sup>18</sup>. Tal modelo justifica a proteção da origem como estratégia de valorização de produtos, associando características do lugar – geografia, clima, flora bacteriana, umidade etc. – a fatores sociais.

Foi nesse período, como analisa Cintrão (2016), que projetos de “cooperação técnica França-Minas Gerais” começaram a ser assumidos dentro de Minas Gerais, com o objetivo de “melhoria da qualidade” de produtos agropecuários. A autora destaca que, a partir de 1995, uma ONG francesa denominada FERTILE passa a financiar atividades de formação e organização de produtores de queijos artesanais, sendo criada a ONG brasileira Agriferti, que, através da criação de estruturas jurídicas (associações), de trabalhos de assistência técnica e de intercâmbios internacionais (envolvendo técnicos locais, representantes dos produtores e gestores públicos), teria influência no perfil dos produtores identificados e mobilizados, sendo ainda responsável pela realização – junto com tais atores – da delimitação das áreas abrangidas pelas IGs a serem implementadas e a definição dos procedimentos de produção (CINTRÃO, 2016, p. 130)<sup>19</sup>. Ao acenar para a possibilidade de produção de um queijo legalizado, “de qualidade diferenciada”, com um selo específico, com promessas e perspectivas de venda a melhores preços para

---

17 Em agosto de 2002, o modo de fazer o queijo artesanal da região do Serro foi o primeiro bem registrado como patrimônio cultural imaterial em Minas Gerais. Em maio de 2008, foi a vez do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) fazer o registro no Livro dos Saberes do modo de produção nas regiões do Serro e das serras da Canastra e do Salitre/Alto Paranaíba.

18 Sobre o tema, ver Garcia-Parpet (2016). Segundo a autora, a França foi pioneira na proteção de seus produtos por via dessas certificações, que se voltou primeiramente aos vinhos e destilados, no início do século XX, seguidos dos queijos e de outros alimentos. Segundo a autora, esta valorização institucional, se diversificou, se internacionalizou e foi privatizada, mas propiciou uma mudança de *status* para os produtos locais. Ela ainda acrescenta que os produtos locais adquirem valor porque contam uma história, são associados a um local, a um momento específico e a uma identidade.

19 Cintrão (2016) aponta que duas regiões (Serro e Canastra) foram escolhidas pela entidade por reunirem um conjunto de características geográficas e sociais, entre elas a potencialidade de maturação do alimento, com a criação de estruturas jurídicas específicas – a Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro (Apaqs) e a Associação de Produtores de Queijo Canastra (Aprocan) – que assumiriam legalmente o controle dessa patente do alimento nas suas regiões.

mercados de nicho, nessa atuação – que envolveu atores internacionais e produtores rurais com poder aquisitivo para realizar as adequações solicitadas – localiza-se, possivelmente, a gênese de um mercado de excelência, que marca a retomada do processo de maturação de queijos no estado, ainda que com novos métodos e sentidos envolvidos na prática<sup>20</sup>.

A ampliação desse mercado se acirraria no estado pouco mais de uma década depois, com a conclusão dos primeiros registros das IGS<sup>21</sup>, que permitiram o controle do uso das marcas pelas associações constituídas com apoio da FERTILE. Nesse período, uma série de entidades patronais – o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), a Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Minas Gerais (Faemg), o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar) e a Associação Brasileira dos Criadores de Zebu (ABCZ), entre outras – adentra o universo dos queijos artesanais em parceria com essas associações, organizando concursos (nacionais e internacionais) e festivais, bem como ofertando cursos de maturação, geralmente lecionados por profissionais franceses, que passam a acontecer dentro e fora do estado. Com o alimento ganhando grande projeção, se inserem também nessa cadeia profissionais ligados à gastronomia, além de pesquisadores e outros atores, que, como veremos adiante, conjuntamente ressignificam a realidade desses queijos, agora maturados sob novas condições.

## DA RECIPROCIDADE ÀS FORMAS DE CONTROLE

Maturar queijos nas regiões produtoras de Minas Gerais significa basicamente deixá-los passar em descanso por um processo temporal de envelhecimento/amadurecimento, sob certos cuidados. Tal procedimento é recorrentemente chamado nesses locais de “cura”.

A origem do termo “cura” no latim (“*curāre*”/“*curo*”)<sup>22</sup> vai exatamente nesse sentido, apontando o ato de “cuidar”, “vigiar”, “zelar”, “ocupar-se de”, “tratar”, considerando que tais

20 Tal processo se aproxima do que Rogers (2013) chama de adoção da “mentalidade” ou “ideologia” do *terroir* e envolve um trabalho de escolha e cooptação de lideranças. Segundo a autora, este investimento em mobilização, que leva produtores a perceber as propostas dessas especificações que chegam à localidade como oportunidades e não como ameaças, reduz a resistência dos grupos, fazendo-os aceitar as modificações que devem ser feitas para que os produtos locais possam melhor “exprimer le terroir”.

21 Em 2009 seria dada entrada formal nos processos para o reconhecimento dos queijos do Serro e Canastra como Indicações Geográficas, concluídos respectivamente em 2011 e 2012.

22 Disponível em: <https://pt.glosbe.com/pt/la/cura>

cuidados perpassam todo o processo produtivo, que culmina na cura ou maturação. Como me disseram os produtores: “curar é tirar tempo para zelar” (produtor rural de São Roque, 2016) ou “[o queijo] é igual um filho, você tem que estar sempre cuidando. [...] Se você não tiver esse cuidado, não adianta, porque ele não vai virar um queijo de qualidade” (produtor rural de Medeiros, 2016).

Nas regiões produtoras de Minas, os usos do termo extrapolam a esfera alimentar. As madeiras, por exemplo, antes de serem utilizadas pela primeira vez na produção, devem ser curadas – através do uso do sal ou de plantas –, deixadas em descanso por determinado período. Ali, as práticas de cura, se tomadas em seu aspecto mais amplo, abarcam uma série de práticas de benção, que envolvem objetos, pastagem, gado e, queijarias com os quais tais produtores articulam relações no dia a dia, construindo afetos.

Nesses locais, essas práticas parecem se vincular a um catolicismo popular, transplantado durante o período colonial pelos países ibéricos, mas redimensionado por um modelo de percepção recriado historicamente dentro das diversas regiões produtoras no estado<sup>23</sup>. Ali, elas perpassam diferentes esferas da vida cotidiana, num universo marcado por sensibilidade, criatividade e versatilidade, compondo um modelo de percepção maior, que dá inteligibilidade ao mundo e que se insere dentro do estabelecimento de reciprocidades. São reciprocidades típicas do campesinato, como já assinalaram diversos autores, que exigem a manutenção de uma ética de equilíbrio com a natureza, realizada dentro de uma perspectiva “etnoecológica” (WOORTMANN, 2009, p. 122), e ajudam a comunidade a viver e realizar-se como comunidade (BRANDÃO, 1984, p. 59).

No que se refere aos queijos, na condição atual da maioria das famílias produtoras dessas regiões – trabalhando na informalidade e pouco inseridas em tecnologias externas à propriedade –, a cura pode ser pensada – me permitindo fazer um paralelo com a análise de Lévi-Strauss (1976) em *O pensamento selvagem* – como consequência de um confronto entre a estrutura e o acidente (conhecimentos construídos e efeitos naturais “dados”), sendo muito mais efeito de uma “ciência do concreto” do que de uma ciência de laboratórios, onde sobressai a ideia de controle. Sua realização depende de saberes locais, mas também de fatores como o clima, a sazonalidade, o local da propriedade e das relações interespecíficas, que modificam as características do alimento. Alteram a cor, a textura, o aroma e o sabor, e o resultado nunca é

---

23 Vale lembrar que a ideia de cura para a Igreja Católica designa o pároco responsável por administrar uma paróquia e cuidar dos males espirituais, estando a palavra vinculada a preceitos terapêuticos e religiosos. Na Idade Média, as ordens religiosas tornaram-se áreas de fabricação e maturação de queijos, e a utilização do termo “cura” para os queijos se faz presente em países católicos ibéricos, como Portugal e Espanha.

padronizado.

Nos últimos anos, no entanto, dentro das evoluções estruturais e institucionais descritas, seletos grupos de produtores e comerciantes vêm buscando modificar isso. Com eles, têm sobressaído, no processo de produção e maturação, a incorporação de tecnologias e estruturas físicas de origem externa à propriedade, como a construção das chamadas salas de maturação ou caves, que dão novos aspectos e sentidos ao alimento. Cuidados tradicionais que perpassam as práticas de cura, como as grosas e lavagens – em água, salmoura, soro –, têm dado lugar a processos de controle de umidade, luz, temperatura e ventilação, que têm resultado em queijos de cascas rugosas, cobertos com fungos, até então incomuns no estado (e, no passado, nas regiões produtoras, frequentemente considerados queijos de péssimo estado sanitário).

Como condutores dessas mudanças, esses produtores, mas também outros atores sociais externos às propriedades, têm emergido, assumindo a posição de detentores de um capital cultural e econômico necessário para conduzir esse processo. Na França, o país cujos queijos são referência na construção do mercado de excelência (e que tem atuado institucionalmente em Minas, como demonstrei anteriormente), o responsável por esse processo é chamado de *affineur*. Ali, a maturação de queijos é uma atividade comercial realizada por especialistas que cada vez mais envolve tecnologias “avançadas” e práticas empresariais, ainda que cada profissional possua, com suas formações variadas, maneiras próprias de realizá-la, de acordo com seu conhecimento, mas também com as capacidades “físicas” de suas instalações e seus equipamentos.<sup>24</sup>

Em um trabalho que analisa visões contemporâneas dos profissionais de *affinage* de queijos na França, Takahashi (2015) aponta que a atividade nasceu no final do século XIX, em decorrência da Revolução Industrial, que provocou mudanças relacionadas à modernização de equipamentos, vinculada à comercialização de queijos em grande volume no país. Segundo a autora, porém, se até os anos 1960 eram os próprios produtores rurais que executavam a função, com o crescente aumento da produtividade do período, os queijos passaram a ser comercializados ainda frescos poucos dias depois da fabricação, para atacadistas e varejistas. O processo parece se assemelhar ao que aconteceu em Minas Gerais uma década depois, como descrevi anteriormente.

Nesse contexto, a atividade do *affineur* se expandiu rapidamente no país, e esse tipo de profissional se consolidou, a partir desse período, como um “*metier d’expertes*” (ofício

---

24 Vale dizer que atualmente há na França uma discussão em volta da boa *affinage*: ela provém de condições ambientais e humanas (*terroir*) ou pode ser recriada a partir do zero pela inserção de tecnologias (TAKAHASHI, 2015)?

especializado). Tornaram-se atores privilegiados na distribuição de queijos em larga escala, para a qual desenvolveram requisitos como a padronização e a “produção” de sabores. A autora aponta que essa última questão não estava presente no trabalho desses profissionais até essa época. Segundo ela, foi só depois dos anos 1960 que a qualidade organoléptica passou a ter grande visibilidade, incorporando-se no trabalho do *affineur*, agora realizado fora da propriedade. Com a profissão consolidada, o *affineur* passou a reivindicar para si um saber “artesanal” por influenciar nas características finais dos queijos que comercializam.

A autora ainda aponta um segundo momento importante para a solidificação da atividade. Segundo ela, até 2004, não havia no país uma formação específica para *affineurs*. Foi após esse período, de acordo com autora, que foram abertas na França muitas escolas voltadas para a formação, como consequência do fato de o ofício ter-se tornado altamente técnico, de modo a recriar certas atmosferas e atender os *cahiers des charges*, cadernos de normas das denominações de origem (TAKAHASHI, 2015). Atualmente, a atividade desses profissionais se relaciona a um processo em curso de mundialização do comércio de queijos artesanais, mas também a um refinamento das qualidades organolépticas, que busca o equilíbrio entre a performance econômica e a qualidade gastronômica.

O crescimento de escalas, somado às restrições sanitárias que regem a comercialização do alimento em diferentes países, inseriram também outro fator, cada vez mais ligado à atividade, que a aproxima da indústria: o controle de qualidade sanitária, indício da crescente busca por conduzir cientificamente a *affinage*. Assim, sobressaem, cada vez mais, a necessidade de identificar cada ser microscópico envolvido, a explicação do processo pelas nomenclaturas da química e da microbiologia (proteólises, acidificações, fermentações, enzimas etc.) e o uso de equipamentos de última geração (robôs, câmaras frias controladas por computadores etc.) e instalações (tijolos que permitem o isolamento e a absorção ou restauração de umidade, aço inoxidável, látex etc.). Como aponta Takahashi (2015, p. 49), essas inserções tecnológicas permitem ainda que tais profissionais acelerem ou, inversamente, prolonguem esse processo, atuando sobre as sazonalidades para padronizar os queijos, o que gera condições de uma melhor gestão de seus estoques, permitindo que reajam rapidamente a uma demanda em um período de pico.

Em países como a França, mas também os EUA, a microflora nesse processo é hoje cuidadosamente selecionada e fortalecida com coleções de bactérias, como as cultivadas por entes públicos, caso do Institut National de la Recherche Agronomique (Inra), ou por grandes indústrias agroalimentícias privadas. Em Minas Gerais, tal iniciativa de controle microbiológico tem sido impulsionada como parte fundamental do mercado de excelência de queijos artesanais.

Financiadas pelo poder público<sup>25</sup> ou por entidades patronais da agricultura, começaram a ser realizadas nos últimos anos a “busca”, o “isolamento” e a “identificação” de bactérias, leveduras e ácaros nos queijos artesanais mineiros. O objetivo é, nos termos adotados, “estabelecer uma ‘impressão digital’ daquele alimento” através de um grande banco de dados pelo qual pode-se invocar uma “autenticidade” ou “identidade regional”, que será a base da legitimação das certificações de origem do alimento.

Pesquisadores da FAEMG e UFMG estão percorrendo as sete regiões produtoras do estado em busca dos fungos que fazem do produto um sucesso mundial. [...] O objetivo da expedição é recolher amostras e catalogar os fungos responsáveis pelos sabores do legítimo queijo minas artesanal, identificando as espécies e suas propriedades sensoriais, e organizá-las em um grande banco de fungos tropicais. (SISTEMA FAEMG, 2018).

Pesquisadores identificaram uma espécie de ácaro queijeiro, na cidade histórica do Serro MG, Jequitinhonha. Esse ácaro teve sua primeira identificação a nível [*sic*] mundial nessa região e é o que dá a textura e o sabor diferenciado ao Queijo do Serro maturado [...]. O estudo realizado sumarizou a produção e tecnologia aplicada pelos fabricantes de queijos brasileiros que realizavam a maturação do queijo com ácaros e identificou as espécies de ácaros presentes nesses queijos através de análises taxonômicas e moleculares. (SILVA, 2018).

Como se vê, os processos de valorização e legitimação dos queijos artesanais que constroem o mercado de excelência são amplamente baseados em relações multiespécie. Em Minas, a figura do *affineur* tem emergido como um profissional capaz de selecionar e domesticar os seres mais atraentes, produtores de texturas, sabores e odores em um processo de apodrecimento ordenado, que traz também a ideia de risco e perigo, mas está cada vez mais controlado por estruturas e procedimentos comuns à indústria. São elas que permitem a previsão racional do futuro; na qual a ordem da cultura (moderna) prevalece sobre o caos da natureza (DOUGLAS, 1976).

---

25 Ver, por exemplo, a chamada da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais 08/2017 “queijo artesanal: Tecnologias para o seu Aprimoramento”, publicada em 29 de agosto de 2017, que destinou um milhão de reais para pesquisas centradas em processos produtivos de queijos artesanais.

**Figura 1.** À esquerda, queijo maturado com cuidados tradicionais, que perpassam práticas como grosas e lavagens. À direita, novos queijos tecnológicos, cobertos por mofo, em maturação.



Fonte: Dupin, 2016.

Nesse sentido, a *affinage* surge nas regiões produtoras de Minas Gerais como um tipo de desencantamento da cura, no qual o campo de elaboração de reciprocidades “etnoecológicas” dá lugar a uma forma de racionalização comercial pelo domínio mutiespécie. Enquanto a primeira é parte da vida dos produtores, a segunda está vinculada ao universo de controle e padronização mercantil, ainda que tais atores reivindiquem também um viés artesanal através de certificações relacionadas à origem do alimento.

## A CONVERGÊNCIA DE DISCURSOS SOCIOTÉCNICOS

Em diferentes campos de debates que envolvem os queijos artesanais, a maturação tem aparecido como uma espécie de prestígio adquirido, uma vez que propicia a emergência de uma série de qualidades no alimento. Para um grupo de produtores e comerciantes – que fabricam e comercializam o produto com anuência do poder público estadual<sup>26</sup> (e, mais raramente, do federal) –, é recorrente a opinião de que a maturação é um modo de “criar identidade” e “agregar valor” aos queijos. Tal prática, como demonstra o depoimento abaixo, vai desenvolver

<sup>26</sup> Vale reforçar que, como apontei anteriormente, o perfil desses produtores, chamados de “cadastrados”, não é aleatório. Eles geralmente são ligados a associações locais patronais (que não trabalham diretamente na produção dos queijos, feitos com mão de obra assalariada) e/ou de origem urbana (ou com formação universitária e fontes de renda não rurais).

no alimento um caráter diferencial, que ajuda a abrir caminho para certificações como as denominações de origem, que agregam valor ao alimento a partir da introdução de ideias como “autenticidade/exclusividade”.

Uma das coisas importantes também pra diferenciação dos queijos é comercializá-los a partir do momento onde [*sic*] eles já adquiriram identidade [maturados], sabor etc. Eles frescos são mais difíceis de serem diferenciados. [...] Já (é importante) passar a informação de que o queijo curado tem identidade, origem = direito do produtor, fácil de ser rastreado. Menos bactéria, menos lactose e muito mais saboroso já. Consegue se vender bem e fidelizar o cliente. (PRODUTOR RURAL, 2015).<sup>27</sup>

Já dentro da *expertise* dos *chefs* de cozinha e de outros profissionais ligados à gastronomia, como jornalistas especializados no tema – agentes cada vez mais requeridos para definir a construção de uma excelência dos queijos –, a maturação é uma prática essencial, através da qual os queijos alcançam as características organolépticas desejadas, chegando ao ponto ideal para o consumo. A presença desses profissionais se tornou notória nos últimos anos, por sua participação em concursos, onde geralmente são jurados, festivais gastronômicos, nos quais elaboram receitas com o alimento, e em participações midiáticas, nas quais são consultados como especialistas capazes de apontar possíveis qualidades do produto. Em seus discursos, a maturação aparece recorrentemente como um refinamento que torna o alimento uma especiaria saborosa, capaz de criar “novas” possibilidades de uso culinário e de consumo que ajudarão a incorporar o alimento ao cardápio de restaurantes renomados, internacionalizando e ao mesmo tempo regionalizando a culinária local.

Poulain (2013) chama esse processo de “gastronomização do *terroir*”, quando os produtos agropecuários “localizados” ou “de *terroir*”, como os queijos artesanais, passam a ser revalorizados, certificados ou patrimonializados em um número significativo de países. Atualmente, na América Latina, esse fenômeno emerge com os *chefs*, muitas vezes formados na alta culinária europeia, renovando as suas receitas com produtos regionais dentro de seus países (SUREMAIN e KATZ, 2016). Trata-se de um *marketing* tradicionalista incorporado, que aproxima *chefs* de cozinha e produtores, fazendo com que estes deem preferência por efetuar compras diretamente daqueles e utilizem os produtos como matéria-prima de seus restaurantes, redesenhando, através de saberes e práticas culinárias, relações de classe e de poder que alteram a trajetória desses alimentos.

Como afirma um *chef* local, graduado em escolas francesas de culinária, que vem trabalhando com o queijo minas artesanal, a maturação confere uma agregação de valor notável

<sup>27</sup> Depoimento de um produtor colhido no grupo WhatsApp #salvequeijoartesanal.

para os restaurantes.

Queijos maturados são queijos que passaram pelo processo de envelhecimento. Uma camada de bolor e fermento cresce envolta do queijo, fazendo com que o mesmo perca umidade e tamanho. Nesse momento que o queijo desenvolve sua personalidade, tornando-se macio e, às vezes, doce [...]. E esse status não somente acarreta um título ao queijo, mas seu valor aumenta quando passa por essa transformação. (AVELAR, 2015).

Um terceiro campo sociotécnico que vem se relacionando com a maturação dos queijos artesanais no estado é o dos pesquisadores da ciência e da tecnologia dos alimentos<sup>28</sup>. Para estes profissionais, a maturação tem sido um dos modos de tornar os queijos artesanais fabricados com leite cru seguros para o consumo, tornando-os confiáveis do ponto de vista sanitário, sem a necessidade de recorrer a tratamentos térmicos do leite. Tal defesa repousa na constatação de que um queijo de leite cru é um ecossistema onde predomina a competição microbiana e onde maturação impede os microrganismos patogênicos do leite cru de se desenvolver em altas proporções, uma vez que encontram o terreno já bem ocupado. Eles argumentam que os seres patogênicos que habitam os queijos gostam de umidade, que é perdida pelo alimento durante o processo de maturação. Assim, quanto mais longa e bem conduzida for a maturação de um queijo, menores serão as contagens de microrganismos indesejados.

Como demonstram Escoto e Gante (2012, p. 63), atualmente a legislação de vários países, entre elas a brasileira, aceita que, durante o processo de maturação de um queijo de leite cru, os germes nocivos desapareçam paulatinamente. Assim, maturações longas eliminariam contaminações microbiológicas, como as ocasionadas por *Escherichia coli*, bactérias do gênero *Salmonella*, *Staphylococcus aureus* e *Listeria monocytogenes*, além das zoonoses tuberculose e brucelose.

E cura, você sabe, é sarar. Isso é a maturação. Pois o queijo, muitas vezes, é fabricado com pouca higiene, desde a ordenha até o produto final, e a maturação ajuda na “cura” deste queijo. É como um ajuste na condição sanitária do queijo, isso é um conhecimento tácito e científico. Estamos falando de leite cru, produto muitas vezes oriundo de vacas com mastite, o maior problema de nossas vacas. E a falta de higiene não é de propósito, e sim porque o produtor não tem acesso a certas informações, tecnologias, créditos etc. [...] A maturação é uma das formas de combater os microrganismos nocivos à saúde através da multiplicação de outros que são inofensivos à saúde. (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, 2014)<sup>29</sup>.

28 Em termos empírico-institucionais, o campo de estudo desses profissionais centra basicamente suas pesquisas na qualidade química e sanitária de alimentos. Eles são peças-chave tanto na elaboração das normas e regulamentos voltados para a produção e comercialização dos queijos artesanais quanto nas ações de fiscalização (CINTRÃO, 2016).

29 Depoimento de um técnico do Ministério da Agricultura, realizada via e-mail.

Apoiados nessa premissa e por meio de estatísticas, mostradores e testes realizados em laboratórios, tais especialistas concluem recorrentemente, performando uma realidade, que os queijos brancos ou frescos (sem maturação) existentes no mercado são “impróprios para o consumo humano”, sendo fabricados com “falta de higiene”. Afirmam que só é possível legalizar o comércio do alimento após a existência de pesquisas científicas que fundamentem legislações ou quando se trata de um produto com longo período de maturação, que torna os queijos imunes (CINTRÃO e DUPIN, 2020).

Com tal separação sociotécnica, não quero dizer que cada um desses grupos de profissionais tenha um discurso estanque e único. É comum que, dentro desse mercado de excelência, produtores se tornem comerciantes, cientistas se tornem produtores, *chefs* de cozinha se tornem maturadores e cientistas desenvolvam receitas com os queijos. Assim, os argumentos apresentados se misturam nas falas desses atores sociais, com o consumidor de queijos artesanais frescos sendo recorrentemente descrito por todos esses atores como “desinformado”, colocando-se à parte da governamentalidade<sup>30</sup>. Eles falam em desenvolver trabalhos de “educação para o consumo”, nos quais seria preciso “orientar o consumidor” a “como partir um queijo”, “como saborear”, “como harmonizar” – uma vez que a “maior complexidade organoléptica” e a segurança deveriam se sobrepor à espontaneidade dos gostos e dos hábitos alimentares, ainda que, como demonstrou o trabalho de campo, existam critérios e categorias culturalmente compartilhados entre famílias produtoras e consumidores, além de uma grande habilidade e experiência, por parte desses atores, para avaliar as características desses queijos, com outros sentidos de “qualidade” e “segurança” (CINTRÃO e DUPIN, 2020).

Olha só, eu creio que o caminho seja a educação do consumidor quanto ao processo de fabricação do queijo Canastra e sua história. Para assim o cliente saber diferenciar o que é da Canastra e o que não é. No início achei que seria difícil introduzir isso no mercado. Mas aos poucos vamos vendo que é simplesmente uma falta de informação. (ENTREVISTADO, 2015).<sup>31</sup>

---

30 Paxson (2013) utiliza o termo foucaultino para explorar como os queijos de leite cru se encontram na cultura de risco. Para ela, o pasteurianismo é uma biopolítica baseada no controle indireto de corpos humanos, através da germofobia.

31 Depoimento de um *chef* que é também maturador e comerciante, colhido no grupo WhatsApp #salvequeijoartesanal.

## PRODUTOS DE EXCEÇÃO

A pesquisa de Boulianne (2013), realizada entre consumidores de queijos artesanais finos no Canadá, nos ajuda a pensar a construção do mercado de excelência através de modos do consumo do alimento. Ela aponta que queijos com longos períodos de maturação representam produtos de exceção, não consumidos cotidianamente. Segundo ela, eles são associados a um capital cultural e a ocasiões especiais.

Os queijos finos estão claramente associados ao consumo ocasional; aqueles que comemos diariamente não são queijos “finos”; [...] Eles são aqueles que experimentamos em recepções e degustações oferecidas por empregadores, familiares ou amigos, mas também em degustações organizadas por e em estabelecimentos comerciais. [...] Para os participantes da pesquisa, os queijos finos são também aqueles que saboreamos em momentos privilegiados, “para nos deliciarmos”. (BOULIANNE, 2013, p. 214, tradução nossa).<sup>32</sup>

Em Minas Gerais, há semelhanças: o queijo branco é adotado pelos consumidores como alimento transversal e é inserido diariamente em cafés da manhã, almoços e jantares (DUPIN, 2019a), enquanto o maturado é associado a um consumo ocasional, saboreado em momentos privilegiados, como demonstra o depoimento a seguir:

Queijos assim, distintos, com curas e salgas exóticas, cavernosas, explosivas, flutuam em um universo muito pequeno e adaptam-se exclusivamente a ambientes festivos e/ou promocionais, como degustações, etc., etc. Quem vai comer um queijo desses no dia a dia? Posso estar enganado, mas acho que ninguém! Mesmo que a pessoa goste e aprove o paladar, não dá para comer toda hora. (COMERCIANTE, 2014).

Com isso, podemos dizer, que o fresco se aproxima do que Lévi-Strauss (2006) chamou de “endocozinha” (destinada a um grupo fechado), e o maturado da “exocozinha” (que se oferece aos convidados de fora)<sup>33</sup>. Nesse sentido dualístico, se o queijo afinado/maturado é o

32 No original: “Les fromages fins sont clairement associés à une consommation occasionnelle ; ceux que l’on mange sur une base quotidienne ne sont pas des fromages « fins » ; (...) Les fromages fins sont aussi ceux que l’on expérimente lors de réceptions et de dégustations offertes par des employeurs, des membres de la famille ou des amis, mais aussi des dégustations organisées par et dans des établissements commerciaux. (...) Pour les participants à la recherche, les fromages fins sont aussi ceux que l’on savoure lors de moments privilégiés, « pour se gâter »”.

33 Lévi-Strauss (2006) destaca, nesse sentido, as diferenças entre fervido e assado. O primeiro, segundo ele, representaria uma endocozinha, ou seja, uma comida oferecida a um pequeno grupo fechado, de uso íntimo, consagrado no interior da família. Já o segundo significaria uma exocozinha, uma vez que geralmente são servidos em momentos festivos, oferecidos para convidados de fora. Para ele, o assado estaria universalmente do lado da natureza, e o fervido estaria do lado da cultura, uma vez que o primeiro se aproxima do cru, por nunca ficar igualmente cozido, ao passo que o segundo, exigindo o uso de um recipiente e a mediação da água, provaria um grau mais avançado de civilização. Assim, tais categorias são pares opostos associados a, respectivamente, dentro e fora, vida e morte, economia e pujança etc.

mais valorizado, mais debatido e controlado, em contrapartida, o queijo branco/fresco opera em uma espécie de mercado repreensível dos queijos de leite cru, mais acessível em função da grande oferta e do menor custo de produção, mas repleto de riscos.

Por tudo isso, a maturação emerge como “um modo de domar e vencer tais seres (microbiológicos)” (LATOURE, 1988) ou “de repelir o subproduto não apropriado à ordem estabelecida” (DOUGLAS, 1976). Ela redimiria os males do leite cru (*in natura*), onde as chamadas boas bactérias (propiônicas) fariam, com a ajuda de especialistas (produtores, cientistas e afinadores), a passagem do produto entre os dois universos. Mas, mais do que isso, a maturação representaria um tipo de passagem entre perigo e pureza, profano e sagrado, popular e elitizado, dentro e fora, anônimo e notório, com os diversos discursos institucionais unificados, atuando ao mesmo tempo como um capital cultural sobre o queijo. Tais discursos transportam o produto do campo de alimento imerso em controvérsias sanitárias para o de uma iguaria gastronômica, conduzem-no ao campo da moralidade, do comer de forma saudável, que aqui também converge com a noção de prazer e pertencimento (BOULIANNE, 2013). Eles abrem o caminho para inserir o produto – cobiçado por butiques especializadas e restaurantes renomados, com alto valor comercial agregado – em concursos (nacionais e internacionais) e festivais associados ao universo da gastronomia, mas também associam tais agentes a uma rede de fabricantes e distribuidores de capital cultural elevado. Nesse caso, homens e coisas estão imersos num universo de valoração onde definem um valor recíproco (APPADURAI, 2008, p. 36).

É esse capital cultural adquirido, atrelado a uma identidade, que o torna um objeto moral, digno de ser consumido. Como mostrou Boulianne (2013), queijos artesanais têm uma carga simbólica que revela certo hedonismo. Eles tornaram-se ícones não só de economias, histórias e das aspirações de uma construção de identidade local – parecem ter se tornado um determinado tipo de objeto moral, digno de ser consumido não só por prazer, mas também para demonstrar o apoio político à sua reprodução. Eles são associados ao prazer, que resulta de uma verdadeira apreciação do sabor, mas também ao fato de o consumidor se sentir parte de um mundo, senão de especialistas, pelo menos daqueles que sabem apreciar novos sabores e que devem ser iniciados e educados dentro de uma rede semântica de termos para reconhecê-los e estimá-los. “Nesse sentido, os queijos finos parecem ser um produto de iniciados” (BOULIANNE, 2014, p. 224, tradução nossa)<sup>34</sup>.

Em contraposição, tal moralidade e as normatizações criadas nesse contexto empurram

---

34 No original: “En ce sens, les fromages fins semblent être une affaire d’initiés”.

o queijo branco para o campo oposto. Elas reificam e homogeneizam a diversidade do alimento e das formas culturais de produção e consumo, reunindo-as sob os termos etnocêntricos do “atraso”, da “falta de higiene” e da “ausência de identidade”, que referendam o poder punitivo do Estado. Dessa forma, acontecem frequentemente apreensões do produto em estradas, mercados e feiras do estado, que são encaminhados para destruição em aterros sanitários. Quando eu fazia trabalho de campo em outubro de 2015, por exemplo, fiscais do Ministério da Agricultura interditaram dois depósitos em São Roque de Minas, na Canastra, e enviaram cerca de 13 toneladas de queijos para o aterro sanitário municipal, seguindo uma prática punitiva que acontece com frequência no estado. A justificativa dada para a destruição foi “manter em estoque e comercializar queijos em condições higiênico-sanitárias precárias, configurando risco à saúde pública, sem registro em órgão fiscalizador e sem identificação de origem” (MAA, 2015)<sup>35</sup>.

## NOVAS MORALIDADES NO COMER

A maturação, tomada aqui como uma prática que unifica um conjunto de racionalidades sociotécnicas, tem produzido um poder político eficaz. Mais que mudanças nas características físicas e químicas do alimento, vem se constituindo uma conversão simbólica de um alimento popular, mas envolto em controvérsias sanitárias, num objeto moral (que representa o “comer de forma segura”), singular e autêntico (representativo de identidades individuais e coletivas), digno de ser consumido não somente pelo prazer, mas também pelo seu consumo manifestar apoio à sua reprodução, marcando posições sociais de pertencimento e hierarquias.

Nesse processo, a mobilização de discursos de diferentes atores e seus saberes sobre o queijo minas artesanal – ligados a produtores e comerciantes com apelo à artesanidade e à territorialidade; a cientistas, com suas análises de laboratório; e a profissionais da gastronomia e à sua definição estética, entre outros – provoca uma transformação nos “regimes de valor”<sup>36</sup> do alimento. Ele deixa de ser, nos termos locais, uma *commodity* e passa a ser uma “mercadoria

---

35 Sobre o caso, ver Dupin e Cintrão (2018).

36 Tomo aqui a expressão de Appadurai (2008), que sugere que o valor de um objeto é o efeito de uma disputa política em que o grau de consistência avaliativa de um bem pode se alterar radicalmente devido aos níveis de conhecimento compartilhado pelas partes envolvidas. Para o autor, é a circulação – e a troca – em contextos culturais específicos, não os fatores de produção, que determina seu valor.

especial”, com elites que buscam seu consumo. As propriedades alimentícias e as preferências de manuseio e consumo locais, historicamente estabelecidas, dão lugar a propriedades sensoriais construídas por especialistas que se relacionam à sua condição de alimento fino, singular e seguro. Assim, seu uso como alimento diário e transversal (endoculinária) dá lugar à condição de iguaria gastronômica – destinada a ocasiões e pessoas “especiais” (exoculinária) –, e elementos territoriais são convertidos em valor comercial, essencial a um mercado de excelência.

Essa transformação se insere dentro um mercado internacional de produtos localizados, certificados ou patrimonializados responsável por provocar um movimento de deslocamento do *status* do alimento, que adquire novas complexidades simbólicas. Garcia-Parpet (2016) procura comparar tais produtos aos bens artísticos, que adquirem um valor além do próprio processo de produção. Segundo ela, alimentos como queijos e vinhos adquirem valor porque contam uma história, são associados a um local de fabricação, a um momento específico, a uma identidade e, portanto, são apropriados para a caracterização de um estilo de vida próprio das elites. Tomando o termo de Bourdieu, trata-se de um processo de construção de distinções<sup>37</sup> que os fazem menos sensíveis às mudanças bruscas do mercado e mais dependentes das narrativas que os sustentam (MASCARENHAS; BERNARDES, 2016).

A atuação de novos produtores – jovens que estão assumindo o negócio dos pais e ex-produtores de leite que viraram queijeiros – começa a deixar para trás o queijo fresco de casca lisa e massa branca ácida para apostar nos maduros e complexos, novidade por ali. [...]. O melhor argumento em defesa da maturação é o preço: o queijo maturado é muito mais valorizado que o fresco. Há relatos de produtores que acertaram a mão na cura e rapidamente passaram a vender o produto por valor cinco vezes maior. O público para ele é crescente, mas cada vez mais exigente, com acesso a queijos curados de vários cantos do Brasil. Entrar em sintonia com o *terroir* ali é um grande desafio. “O queijo tem de contar a história do produtor, da cultura da região. Queijo branco é commodity, vendido barato. A diferenciação vem com a maturação do queijo”. (GIRÃO, Caderno Paladar, 2017).

Por fim, vale dizer que se esse movimento, que tem sido chamado de Inconfidência Quejeira ou Revolução Franco-Brasileira Quejeira, tem gerado, por um lado, um mercado de excelência para produtores e consumidores de “elite”, e, por outro, tem invisibilizado a situação de milhares de famílias produtoras, jogadas no campo das “ilegalidades” pela implementação de

---

37 Como afirma Bourdieu (2006) em *A distinção*, o gosto manifestado através das práticas de consumo classifica e distingue, aproxima e afasta aqueles que experimentam os bens culturais. É o produto dos condicionamentos associados a uma classe ou fração de classe. Tais preferências servem invariavelmente de fundamento à filiação legítima de *habitus* distintos e desiguais, fortalecendo e intensificando a hierarquia do que é culturalmente aceito ou execrável; do que é autêntico ou inautêntico. O gosto, dirá Bourdieu, é a aversão, é a intolerância às preferências dos outros.

normas sanitárias criadas a partir de parâmetros internacionais e industriais, predominantemente inviáveis para agricultores familiares, mas adotadas pelo Estado<sup>38</sup>. Com a construção desse mercado de excelência sendo amplamente divulgada como um caso de sucesso da atividade no estado, a discussão sobre essa condição de crescente ilegalização e sobre os recorrentes casos de apreensões e destruição do alimento perde espaço no debate público.

No que se refere aos seres microbiológicos, a criação desse mercado tem reforçado o financiamento de pesquisas para mapeá-los nos queijos, mas também a aprovação de legislações que normatizam a presença de alguns deles no alimento (e excluem outros), tornando-os conhecidos, mas sobretudo estabelecendo controles, tendo em vista as relações estabelecidas, num tipo de microbiopolítica (PAXSON, 2013)<sup>39</sup> na qual as regulamentações promulgam a aceitabilidade ou a proibição dessa presença. Assim ocorreu recentemente com o *Galactomyces geotricum*, um fungo muito comum em queijos franceses e utilizado pela indústria láctea: o Estado de Minas Gerais permitiu essa presença e criou uma denominação específica para o alimento com o microrganismo: “Fica reconhecido o Queijo Minas Artesanal na variedade de Casca Florida [...] onde predomina a presença da espécie fúngica *Galactomyces geotricum* (sinônimos *Geotricum candidum* e *Geotrichum silvicola*) como dominante” (SEAPA-MG, 2022).

## REFERÊNCIAS

1. APPADURAI, Arjun. Introdução: mercadorias e a política de valor. In.: APPADURAI, Arjun (org.). **A vida social das coisas**. Niterói: EdUFF, 2008. p. 14-88.
2. AVELAR, Eduardo. **Entenda e aprenda o passo a passo para maturar um queijo em casa**. In: Jornal Hoje em Dia. Belo Horizonte, de 25 de outubro de 2015. Disponível em: <https://www.hojeemdia.com.br/entenda-e-aprenda-o-passo-a-passo-para-maturar-um-queijo-em-casa-1.327752>. Acesso em: 12 jan. 2019
3. BOULIANNE, Manon. Artisans du pays et imaginaires fromagers: la qualification des fromages fins du Québec comme produits de terroir. **Anthropologie et Sociétés**, Quebec, v. 37, n. 2, p. 213-231, 2013. Disponível em: <https://www.erudit.org/fr/revues/as/2013-v37-n2-as0792/1017913ar.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2023.

38 Sobre o tema, ver Cintrão e Dupin (2020).

39 A autora parte da noção foucaultiana de biopolítica e a associa à noção latouriana de “agência” de seres microbianos para cunhar o termo. Ela observa que a legislação sanitária envolve a criação e popularização de categorias de agentes microscópicos, classificados, através de uma lente antropocêntrica, entre “bons” e “maus”.

4. BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, 2006.
5. BRANDÃO, Carlos. Rodrigues. **Casa de escola**. Campinas: Papyrus, 1984.
6. CADERNO PALADAR. Mexeram no queijo mineiro. E ele está muito melhor. **Jornal Estado de São Paulo**. São Paulo, de 02 agosto de 2017. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/paladar/comida/mexeram-no-queijo-mineiro-e-ele-esta-muito-melhor/>. Acesso em: 13 jul. 2018.
7. CINTRÃO, Rosângela. **Segurança, qualidade e riscos**: a regulação sanitária e os processos de (i)legalização dos queijos artesanais de leite cru em Minas. 2016. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – CPDA, UFRRJ, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://tede.ufrj.br/jspui/handle/jspui/1809>. Acesso em: 18 mar. 2023.
8. CINTRÃO, Rosângela; DUPIN, Leonardo Vilaça. Microbiopolítica e regulação sanitária: desacordos entre ciência e saberes locais na produção dos queijos minas artesanais. **Horizontes Antropológicos**, v. 26, n. 57, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/M6QLvRRrtxJZ9pcRmZkLwYg/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 18 mar. 2023.
9. DOUGLAS, Mary. Ensaio sobre as noções de poluição e tabu. *In*: DOUGLAS, Mary. **Pureza e perigo**. São Paulo: Editora Perspectiva. 1976. p. 232.
10. DUPIN, Leonardo Vilaça. **A vida dos queijos mineiros**: uma etnografia multiespécie. 2019a. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2019a.
11. DUPIN, Leonardo Vilaça. “Mestizo cattle is like us people”: reflections on cattle, family and coloniality. *Vibrant*: **Virtual Brazilian Anthropology**, 2019b. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/vb/a/R68qcpk4W8mnXvDzrLRvTQD/?lang=en>. Acesso em: 05 dez. 2021.
12. DUPIN, Leonardo Vilaça; CINTRAO, Rosângela. Entre bactérias e lobos: o cerco biopolítico sobre a produção do queijo Canastra. **R@U: Revista de Antropologia Social dos Alunos do PPGAS-UFSCar**, v. 10, n.1, p. 53-79, 2018. Disponível em: <https://www.rau2.ufscar.br/index.php/rau/article/view/227/207>. Acesso em: 10 set. 2002.
13. ESCOTO, Fernando Cervantes; GANTE, Abraham Villegas (coord). **La leche y los quesos artesanales em Mexico**. Texcoco: Miguel Ángel Porrúa, 2012.
14. GARCIA-PARPET, Marie France. **Le marche de l'excellence** – les grands crus à l'épreuve de la mondialisation. Paris: Éditions du Seuil, 2009.
15. GARCIA-PARPET, Marie France. Patrimonialização de produtos alimentícios na França: construções simbólicas e reinvenção do passado. *In*: WOORTMANN, Ellen; CAVIGNAC, Julie (org.). **Ensaio sobre a Antropologia da alimentação**: saberes, dinâmicas e patrimônios. Natal: EDUFRN; Brasília: ABA, 2016.
16. GIRÃO, Eduardo. O novo queijo do Serro: jovens produtores artesanais, que investiram na maturação de seus queijos, estão revitalizando a região queijeira mais antiga de Minas Gerais. **Estado de São Paulo**. Caderno Paladar, São Paulo de 12 de janeiro de 2017.

- Disponível em: <https://www.estadao.com.br/paladar/comida/o-novo-queijo-do-serro/>. Acesso em: 12 set. 2022.
17. INGOLD, Tim. Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 18, n. 37, jan./june 2012.
  18. HARAWAY, Donna. **When species meet**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2008.
  19. KATZ, Sandor Ellix. **A arte da fermentação**. São Paulo: Tapioca; Sesi-SP, 2014.
  20. KOHN, Eduardo. **How forests think: toward an anthropology beyond the human**. Berkeley: University of California Press, 2013.
  21. LAFERTÉ, Gilles. Imagem social ou luta política e cultural pelo controle do mercado. **Mana**, v. 14, n. 2, p. 399-427, 2008.
  22. LATOUR, Bruno. **The pasteurization of France**. Cambridge and London: Harvard University Press, 1988.
  23. LÉVI-STRAUSS, Claude. **O pensamento selvagem**. São Paulo: CEN, 1976.
  24. LÉVI-STRAUSS, Claude. **O triângulo culinário**. In: SIMONIS, Ivan. **Introdução ao estruturalismo: Claude Lévi-Strauss ou a paixão do incesto**. Lisboa: Moraes, 1979. p. 169-176.
  25. LÉVI-STRAUSS, Claude. **O cru e o cozido: Mitológicas I**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.
  26. LÉVI-STRAUSS, Claude. **A origem dos modos à mesa: Mitológicas III**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
  27. MAPA – Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Defesa Agropecuária. Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal. **Auto de Infração no. 029/776/15, de 23 de outubro de 2015**. Brasília (DF): Mapa, 2015.
  28. MASCARENHAS, Gilberto; BERNARDES, Ricardo. A (r)evolução dos cafés: o resgate da qualidade a partir das origens. In: WILKINSON, John; NIEDERLE, Paulo André; MASCARENHAS, Gilberto (org.). **O sabor da origem**. Porto Alegre: Escritos Editora, 2016. p. 7-374.
  29. ORTEGA, Antonio Cezar; BORGES, Michele Silva Codex alimentarius: a segurança alimentar sob a ótica da qualidade. **Segurança Alimentar e Nutricional**, Campinas, v. 19, n. 1, p. 71-81, 2012. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8634670>. Acesso em: 18 mar. 2023.
  30. PAXSON, Heather **The life of cheese – crafting food and value in America**. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 2013.
  31. POLLAN, Michael. **Cooked: a natural history of transformation**. New York: Penguin Press, 2013.

32. POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da alimentação**: os comedores e o espaço social alimentar. 2. ed. Florianópolis: UFSC, 2013.
33. ROGERS, Juliette. Enseigner le terroir: la difficile appropriation d'une idéologie par des producteurs de lait dans deux syndicats. **AOO, Politix**, Paris, 2013/3, n. 103, p. 149-172, 2013. Disponível em: <https://www.cairn.info/revue-politix-2013-3-page-149.htm>. Acesso em: 18 mar. 2022.
34. SEAPA-MG – Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais. **Resolução Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Seapa) de Minas Gerais, nº 42, de 27 de dezembro de 2022**. Minas Gerais: Seapa-MG, 2022.
35. SILVA, Arnaldo. Queijo Maturado com Ácaros. **Portal Conheça Minas**. Publicação online, 09 de set. de 2018. Disponível em: <https://www.conhecaminas.com/2018/09/queijo-maturado-com-acaros.html?m=0>. Acesso em: 16 set. 2022
36. SISTEMA FAEMG. **Queijo Minas Artesanal**. Belo Horizonte, de 7 de fevereiro de 2018. Disponível em: [https://portaldoqueijo.com.br/curiosidades\\_queijos/2018/02/07/queijo-minas-artesanal/](https://portaldoqueijo.com.br/curiosidades_queijos/2018/02/07/queijo-minas-artesanal/). Acesso em: 18 mar 2023.
37. SUREMAIN, Charles-Édouard; KATZ, Esther. Introdução: modelos alimentares e recomposições sociais na América Latina. **Anthropology of Food** Paris, n. S6, p. 1-13, 2009. Disponível em: <http://journals.openedition.org/aof/6433>. Acesso em: 18 mar. 2022. Acesso em: 18 mar. 2022.
38. TAKAHASHI, Laure. Regards sur le métier d'affineur: analyse d'un débat entre professionnels. In: STENGEL, Kilien (org.). **Des fromages et des hommes ethnographie pratique, culturelle et sociale du fromage**. Tours: L'Hamarttam, 2015.
39. TSING, Anna. **The mushroom at the end of the world: on the possibility of life in capitalist ruins**. New Jersey: Princeton University Press, 2015.
40. VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. **Os Pronomes Cosmológicos e o Perspectivismo Ameríndio**. Mana vol.2 no.2. Rio de Janeiro, 1996.
41. WOORTMANN, Ellen. O saber camponês: práticas ecológicas e inovações. In: GODOI, Emília Pietrafesa de; MENEZES, Marilda de; ACEVEDO, Rosa (org.). **História social do campesinato brasileiro**. São Paulo: Unesp, 2009. v. II, p. 119-130.

*Leonardo Vilaça Dupin*

Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas. Pesquisador associado ao Centro de Estudos Rurais. ID ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9013-187X>. E-mail: [leodupin@hotmail.com](mailto:leodupin@hotmail.com)