
A cobertura jornalística sobre alimentação e ultraprocessados no Brasil: o caso do portal *O Joio e o Trigo*¹

Joana El Khouri Medeiros Silva²

Nara Lya Cabral Scabin³

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas

Resumo

Inserindo-se no contexto de uma pesquisa de Iniciação Científica em andamento, este trabalho busca compreender como o portal jornalístico *O Joio e o Trigo*, estruturado a partir de um arranjo econômico alternativo às corporações de mídia (Camargo et. al., 2023), enquadra a produção, distribuição e/ou consumo de alimentos ultraprocessados no Brasil. Para tanto, desenvolvemos um percurso metodológico que inclui (1) discussão conceitual a partir de revisão bibliográfica sobre o tema; e (2) levantamento e categorização temática de textos publicados por *O Joio e o Trigo* com a expressão “ultraprocessado”. Os resultados indicam uma cobertura que destaca ações governamentais e políticas públicas inscritas no debate sobre alimentos ultraprocessados, bem como o papel do próprio veículo jornalístico como ferramenta de intervenção social. **Palavra-chave:** jornalismo; alimentação; alimentos ultraprocessados; *O Joio e o Trigo*; enquadramentos jornalísticos.

Introdução

Este artigo se insere no contexto de uma pesquisa de Iniciação Científica atualmente em curso, na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, sobre as relações entre jornalismo e alimentação, com bolsa da Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais (Fapemig).

Destacando resultados preliminares do referido projeto, este trabalho busca compreender como o portal jornalístico *O Joio e o Trigo*, estruturado a partir de um arranjo econômico alternativo às corporações de mídia (Camargo et. al., 2023), enquadra a produção, distribuição e/ou consumo de alimentos ultraprocessados no Brasil.

Para tanto, desenvolvemos um percurso metodológico que inclui (1) discussão conceitual a partir de revisão bibliográfica sobre o tema, de modo a construir teoricamente

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – 19ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do Curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Pesquisadora de Iniciação Científica com bolsa da Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais (Fapemig). E-mail: joanaelkhouri@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). E-mail: naralyacabral@yahoo.com.br.

o objeto de estudo e apresentar a problemática de pesquisa; e (2) levantamento e análise de textos publicados no portal *O Joio e o Trigo* com a expressão “ultraprocessado”.

Neste segundo momento, além da identificação de aspectos formais e características editoriais mais gerais das matérias, realizamos também uma categorização temática dos textos, de modo a compreender os enquadramentos jornalísticos (Tuchman, 2016, p. 128) que caracterizam a cobertura de *O Joio e o Trigo* sobre a indústria de alimentos ultraprocessados no Brasil.

A necropolítica do campo alimentar

O ato de se alimentar é um dos poucos que se pode dizer ser, de fato, essencial e inerente à vida humana. A alimentação é uma necessidade básica não apenas do homem, diga-se de passagem, mas de todo o reino animal. Em meio à instabilidade do clima e, consequentemente, das safras e colheitas, o alimento precisou ao próprio *modus operandi* do capitalismo, ser industrializado.

Para caber nas estantes de supermercados e gerar lucro, ele precisa durar mais e ser o menos sazonal possível. Em meio às possibilidades que a indústria traz ao universo alimentício, está a fabricação de alimentos repletos de aditivos químicos e valores nutricionais pouco significativos em comparação aos de alimentos *in natura*. Por muitos anos, esses produtos foram pouco estudados – e, consequentemente, a população teve pouca informação disponível sobre seus efeitos sobre a saúde e as culturas alimentares.

Atualmente, ganham força pesquisas e ativismos em prol do combate à desinformação sobre os chamados *alimentos ultraprocessados*. Neste contexto, destaca-se o sistema de classificação proposto, no final dos anos 2000, por pesquisadores do Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde da Universidade de São Paulo (Nupens/USP).

Segundo essa tipologia, o grupo 1 diz respeito aos alimentos *in natura* ou minimamente processados, que passam por processos como secagem, pasteurização, congelamento etc. Frutas, vegetais e carnes resfriadas ou congeladas são exemplos dessa categoria. O grupo 2, formado por ingredientes culinários processados, inclui alimentos obtidos de fontes do grupo 1 após processos de extração, refinamento etc. São criados para temperar ou serem usados na preparação de pratos. O açúcar, a manteiga e o mel são exemplos desse grupo. Já o grupo 3 abarca alimentos processados, que são obtidos pela adição de elementos do grupo 2 a outros do grupo 1, por meio de processamentos que têm

como objetivo tornar os alimentos mais duráveis e atrativos. Alguns exemplos são carnes curadas e vegetais em conserva. Por fim, o grupo 4 abarca os ultraprocessados, classificados como “formulações de substâncias obtidas por meio do fracionamento de alimentos do primeiro grupo” (Faculdade de Saúde Pública, s./d., *online*).

Os processos e ingredientes usados para fabricar alimentos ultraprocessados são desenvolvidos para criar produtos altamente lucrativos (ingredientes de baixo custo, longa durabilidade, produtos de marca) que possam substituir todos os outros grupos alimentares da Nova. Sua conveniência (imperecíveis, prontos para consumir), hiper palatabilidade (sabor de intensidade extrema), promoção e apropriação pelas corporações transnacionais e marketing agressivo dão aos alimentos ultraprocessados enormes vantagens de mercado sobre todos os outros grupos alimentares (Faculdade de Saúde Pública, s./d., *online*).

Nessa realidade, frutas e vegetais livres de agrotóxicos, produtos minimamente processados ou sem tantos compostos químicos se tornam itens de luxo, pouco acessíveis e, muitas vezes, acionados simbolicamente como forma de distinção social. É neste ponto que defendemos que o fenômeno que Mbembe (2018) denomina *necropolítica* manifesta-se na alimentação, por meio dos chamados “desertos alimentares”.

Adaptando o conceito de *biopolítica* em Foucault, Mbembe (2018) imprime lentes decoloniais em sua leitura sobre fenômenos políticos em curso no sul global. Assim, sobre a necropolítica, Arcelo (2022, p.1), afirma: “(...) há um exercício de poder soberano cujo projeto central é a instrumentalização generalizada da existência humana e a destruição material de corpos humanos e populações, mas também de culturas e ecossistemas”.

Não é difícil trazer o conceito de *necropolítica* para a realidade da alimentação no mundo e, sobretudo, no Brasil. Em um recente estudo, a Organização das Nações Unidas (ONU) apontou que o país está entre as dez nações que mais desperdiçam alimentos. Algo ainda mais grave que o levantamento apontou é que quase 87% das perdas de alimentos acontecem antes deles chegarem ao consumidor final (CNN Brasil, 2024), contrariando uma lógica que reverbera a infância de muitas crianças brasileiras, que escutam que “é preciso comer tudo porque desperdiçar é feio” – enquanto, evidentemente, soluções efetivas requerem mais do que ações individuais. Há, nesse sentido, uma lógica estrutural, inerente ao modo de produção capitalista, que define a quem os alimentos chegarão e quem terá acesso a alimentos saudáveis e *in natura* – e, ao contrário, quem só terá acesso a ultraprocessados, cujo consumo está relacionado ao aumento de chances de morte precoce, segundo estudo da USP e Fiocruz (São Paulo, 2025).

Entendemos, nessa perspectiva, que uma noção que traduz de certa forma o conceito de necropolítica para o campo da alimentação seria a ideia de *deserto alimentar*, que designa espaços nos quais o acesso a alimentos *in natura* ou minimamente processados é escasso ou impossível, situação que atinge as famílias mais vulneráveis domiciliadas tanto em centros urbanos quanto em zonas rurais, além de populações indígenas, ribeirinhas e quilombolas (Fao, 2022).

Não obstante a gravidade dessa situação, o tema ainda carece de abordagens aprofundadas e consistentes no debate público (Pacheco, 2025).

Relações entre jornalismo e alimentação: deslocamentos e invisibilidades

Para compreender o lugar da cobertura sobre alimentação no jornalismo recente, é preciso considerar a consolidação, relativamente recente, de um espaço da *gastronomia* no jornalismo brasileiro. Segundo Amaral (2015), esse fenômeno se torna mais perceptível a partir de meados dos anos 2000, embora decorra de reconfigurações discursivas transcorridas entre as décadas de 1970 e 1990.

No campo jornalístico, essa “virada gastronômica” (Amaral, 2015), gênese do “jornalismo gastronômico”, é responsável por mudanças significativas nas formas pelas quais se representam a comida e a cozinha, já que “A cozinha de casa já não parece tão relevante. Quem protagoniza a ação no novo espaço são os *chefs* de cozinha (no masculino, pois quase sempre são homens) (Amaral, 2015, p. 16-17).

Evidentemente, tais transformações no jornalismo acompanham mudanças culturais mais amplas, notadamente o crescente processo de midiaticização da alimentação, fonte de uma nova linguagem midiática que Jacob (2013) denomina “gastronomídia”. Em outras palavras, segundo a autora, “a culinária que se metamorfoseia em gastronomia fornece uma nova construtibilidade ao espaço, gerando uma comunicabilidade exponencializada, que cria uma espacialidade do show, do grande acontecimento” (Jacob, 2013, p. 110).

Contrastando com essa abordagem “gastronomizada” da alimentação – que parece definir o principal, se não o único, espaço de constituição de um jornalismo especializado em questões relacionadas ao campo alimentar na imprensa brasileira –, constata-se a necessidade, no Brasil, de desenvolvimento e fortalecimento de uma cobertura jornalística que se volte às dinâmicas do campo alimentar em sentido amplo, abordando os processos de produção, distribuição e consumo da alimentação e convocando a

sociedade a refletir sobre as dinâmicas de poder que atravessam as práticas e culturas alimentares (Scabin, 2023).

Assim, distanciando-se de uma cobertura jornalística voltada ao campo da gastronomia, como a que predomina na imprensa brasileira, destaca-se o caso da vertente, mais disseminada em países anglo-saxões, conhecida como *food journalism*, isto é, uma especialização jornalística voltada à investigação de assuntos relacionados à alimentação (Beaugé; Demorand, 2009).

Não obstante a evidente relevância social de um “jornalismo de alimentação” assim configurado, especialmente diante da necessidade de aprofundamento do debate público sobre o poder econômico da indústria de alimentos ultraprocessados e os impactos desse tipo de produto sobre a saúde pública, essa vertente, “como todo jornalismo investigativo, exige investimento de tempo e dinheiro – e nem todos estão dispostos a pagar esse preço” (Amaral, 2015, p. 76).

Nesse sentido, a ênfase conferida pelo jornalismo brasileiro, especialmente na imprensa corporativa/hegemônica, em práticas, processos e valores do campo gastronômico, em detrimento de uma cobertura jornalística capaz de abordar, de maneira crítica e contextualizada, dinâmicas de produção, distribuição e consumo alimentares, acaba negligenciado a ampla presença de alimentos ultraprocessados na alimentação da população brasileira, fenômeno atrelado à formação de desertos alimentares e do que propomos compreender, neste artigo, como uma *necropolítica do campo alimentar*.

Em outras palavras, enquanto os cadernos de gastronomia dos grandes veículos jornalísticos brasileiros dirigem-se a segmentos da população de elevado poder aquisitivo, capazes de acessar alimentos de alto valor estético e nutricional, camadas sociais empobrecidas, como as populações das periferias de grandes cidades brasileiras, encontram grandes dificuldades em acessar alimentos saudáveis. Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento Social, as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte têm, atualmente, 25,8%, 19% e 28% de seus habitantes, respectivamente, residindo em áreas dominadas por alimentos ultraprocessados (Pacheco, 2025).

Contrariando essa tendência, levantamos a hipótese de que algumas iniciativas jornalísticas inscritas no contexto de arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia (Camargo et al., 2023) concedam maior visibilidade a assuntos relacionados à alimentação para além de pautas frequentes no jornalismo gastronômico, abordando com maior recorrência o campo alimentar em suas dimensões sociopolíticas e

macroeconômicas. Este parece ser o caso do portal *O Joio e o Trigo*, foco do estudo de caso proposto neste artigo, conforme veremos a seguir.

O portal *O Joio e o Trigo*

O veículo *O Joio e o Trigo* foi fundado em 2017 pelos jornalistas João Peres e Moriti Neto com o objetivo de denunciar, investigar e produzir informações de qualidade acerca de temáticas pouco abordadas na mídia brasileira.

A atuação do “poder privado”, que está no centro das relações sociais e econômicas na atualidade, é o principal foco do veículo. Nesse sentido, os alimentos ultraprocessados sempre foram foco da cobertura produzida pelo portal, tendo em vista sua relação com questões de saúde pública e implicações sobre os poderes público e privado (*O Joio e O Trigo*, s./d.). Ao mesmo tempo, o veículo enfatiza a necessidade de cobrir as relações entre a indústria e o poder público no campo alimentar: “Também ‘cutucamos’ e estamos sempre de olho nos governos e nas políticas públicas (e na falta delas), nos lobbies dessas corporações para alcançarem seus interesses e o que está por trás de tudo isso” (*O Joio e O Trigo*, s./d., *online*).

O veículo faz questão de esclarecer seus posicionamentos para o público leitor. Em editorial publicado em 2023, por exemplo, é anunciada e defendida a decisão do veículo de intitular os ultraprocessados como produtos – e não alimentos: “Esta é uma escolha que busca enfatizar que os ultraprocessados têm como principal razão de ser a lucratividade, e não a nutrição” (*O Joio e O Trigo*, 2023, *online*).

Adaptando-se às novas demandas advindas do modo de produção de conteúdos digitais, o veículo criou, em 2020, o podcast *Prato Cheio*, com episódios de cerca de 40 minutos que seguem a mesma linha dos textos publicados no portal. Além disso, a principal “vitrine” de *O Joio e o Trigo* é o Instagram, forma efetiva de atingir o público interessado em seus conteúdos e atraí-los para o *site*, cuja produção textual comporta principalmente grandes reportagens distribuídas em cinco editorias: Lobby, Cultura Alimentar, Agronegócio, Indústria da Fumaça e Colapso Climático.

O veículo também reforça seu compromisso com seus ideais por meio de cursos, palestras, debates e publicação de livros que corroboram a proposta editorial de *O Joio e o Trigo*. Do ponto de vista de seu modelo de negócio, o veículo conta com financiamento de fundações e institutos filantrópicos, organizações do terceiro setor e leitores.

Procedimentos metodológicos

Os procedimentos metodológicos adotados neste trabalho atendem ao objetivo de compreender como o portal *O Joio e o Trigo* aborda a indústria de alimentos ultraprocessados no Brasil. Para tanto, os procedimentos de coleta basearam-se no levantamento de menções à palavra “ultraprocessado” por meio do motor de busca disponível no próprio *site* do veículo. Dessa forma, buscamos identificar o que *O Joio e o Trigo* entende pelo conceito em questão e de que formas ele o aciona. Em seguida, para a constituição do *corpus* a ser analisado, selecionamos os 10 primeiros resultados apresentados pela ferramenta de busca para a pesquisa pela palavra-chave “ultraprocessado”, hierarquizados conforme critérios de relevância adotados pelo próprio portal. Finalmente, em relação aos procedimentos de análise, realizamos a categorização temática dos textos do *corpus*, a fim de observar os enquadramentos predominantes nas matérias, isto é, as formas pelas quais o veículo “recorta” e privilegia determinadas partes da realidade por meio de padrões mais ou menos recorrentes, enfatizando elementos capazes de exprimir “os temas e os conflitos de uma sociedade particular” (Tuchman, 2016, p. 128).

A cobertura sobre alimentos ultraprocessados em *O Joio e o Trigo*

A primeira matéria localizada na busca intitula-se “Faz sentido falar em ultraprocessados menos piores?”, de autoria de João Peres com colaboração de Hellen Gouveia, englobada pela editoria “Cultura Alimentar”, publicada em 24 de março de 2025, de caráter argumentativo, classificada na categoria temática “Definição e tipos de ultraprocessados”. Neste texto, os autores criticam o que consideram negligência por parte da grande mídia quanto aos ultraprocessados, o que, segundo eles, estaria relacionado inclusive com a classificação NOVA, que não daria conta da complexidade do campo alimentar e dos diferentes tipos de ultraprocessados.

Também classificado na categoria “Definição e tipos de ultraprocessados”, está o editorial “Por que chamamos ultraprocessados de produtos, e não de alimentos”, publicado em 28 de agosto de 2023, na editoria “Cultura Alimentar”. Como abordado brevemente anteriormente, o texto busca afirmar o caráter industrial e mercadológico dos ultraprocessados, diferenciando-se da própria natureza do alimento.

Outra categoria temática identificada nas matérias de *O Joio e o Trigo* denomina-se “Impactos dos ultraprocessados na saúde”, que abarca dois textos do *corpus*: a

reportagem “Ultraprocessado nosso de cada dia: a doença chega embalada na cidade”, de Aneliza Moreira com assistência de produção de Alice Azara e fotos de Joel Silva e Fellipe Abreu, publicada em 23 de março de 2022 na editoria “Cultura Alimentar”; e o texto noticioso “Estudo do Unicef mostra aumento da insegurança alimentar e alto consumo de ultraprocessados entre crianças do Bolsa Família durante a pandemia”, de Marcos Hermanson, publicada na mesma editoria em 7 de fevereiro de 2022, que trata do cenário alimentar nacional, destacando a situação de pessoas em vulnerabilidade social.

A categoria mais recorrente no *corpus*, não obstante, intitula-se “Políticas públicas e privadas”. Dentre as 10 matérias analisadas, quatro se enquadraram na classificação. É o caso da segunda matéria identificada entre os resultados da busca conforme ordem de relevância adotada pelo *site*. Escrito por João Peres, o texto “A batalha de São Paulo da guerra dos ultraprocessados”, de caráter argumentativo, publicado na editoria “Lobby”, em 11 de junho de 2018, tensiona falas de Mike Gibney, do Instituto de Alimentos e Saúde da Universidade de Dublin, na Irlanda, em evento na sede da Federação da Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp).

Ainda na categoria “Políticas públicas e privadas”, identificamos a reportagem “Escolas livres de ultraprocessados são uma realidade inevitável?”, de Luiza Sansão, publicado em 3 de outubro de 2024 na editoria “Lobby”, que compara a situação do município do Rio de Janeiro após avanços na implementação da legislação que barra os ultraprocessados nas escolas, comparando-a com São Paulo, onde projetos desse tipo foram barrados ou se encontram estagnados; o texto argumentativo “A Guerra dos Ultraprocessados entra na fase de batalha campal”, de João Peres, publicado em 10 de julho de 2019, analisa e rebate falas de Fernanda Martins, gerente Sênior de Saúde e Nutrição para América Latina na Unilever em um evento denominado Pint of Science; e a reportagem “Política de impostos favorece ultraprocessados que o Ministério da Saúde manda evitar”, de Mariana Costa, publicada em 10 de agosto de 2022 na editoria “Cultura Alimentar”, que discute as contradições entre a política tributária brasileira e as recomendações do Guia Alimentar para a População Brasileira, do Ministério da Saúde, uma vez que ultraprocessados são isentos de impostos federais, enquanto itens minimamente processados sofreram com a inflação.

Outra categoria criada em nossa análise denomina-se “Panorama local”, que engloba a sexta matéria identificada conforme ordem de relevância apresentada pelo *site* para os resultados da pesquisa. A reportagem “BH vive explosão de ultraprocessados: em

dez anos, estabelecimentos “não saudáveis” cresceram 154%, e delivery, 7.000%”, escrita por Mylena Melo em 14 de dezembro de 2020 e publicada na editoria “Cultura Alimentar”, traz a realidade mineira à tona, discutindo as causas e consequências de dados apresentados em uma pesquisa realizada pela Universidade Federal de Minas Gerais.

Finalmente, chegando ao último texto em destaque nos resultados da busca, temos a matéria “Na Câmara, indústria de ultraprocessados distorce entrevista dada ao *Prato Cheio*”, de João Peres, publicada em 21 de março de 2024 na editoria “Lobby”. O texto, de caráter analítico/argumentativo, foi classificado na categoria que denominamos “Metajornalismo”⁴ (Oliveira, 2007), pois apresenta reflexões sobre intervenções sobre a realidade produzidas pela cobertura de *O Joio e o Trigo*. Assim, o veículo evidencia que busca não apenas proporcionar condições para que seus jornalistas produzam matérias complexas e investigativas, como também reflete sobre os resultados desse trabalho. Tal exercício “metajornalístico” de tornar seu feito em notícia a partir de desdobramentos por ele causado significa, em suma, assumir-se como ator social ativo.

Considerações finais

Por meio da categorização temática de textos do portal *O Joio e o Trigo*, pudemos verificar que essa iniciativa jornalística inscrita no contexto de arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia (Camargo et al., 2023) prioriza, na cobertura sobre alimentos ultraprocessados, políticas públicas e a atuação de organizações do setor privado nesse debate. Além disso, chama a atenção, como singularidade do veículo, a presença de discussões sobre o papel do próprio veículo jornalístico como ferramenta de intervenção social, evidenciando o caráter “metajornalístico” presente na cobertura.

Dessa forma, ao abordar os impactos dos alimentos ultraprocessados na sociedade, *O Joio e o Trigo* enquadra o campo alimentar em suas dimensões sociopolíticas e macroeconômicas, destoando de grande parte da imprensa corporativa/hegemônica, na qual predomina olhar moldado pela chamada “virada gastronômica” (Amaral, 2015).

Referências

Amaral, R. M. *Virada gastronômica: como a culinária dá lugar à gastronomia no jornalismo brasileiro*. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

⁴ Conforme Oliveira (2007), o conceito de *metajornalismo* diz respeito ao fenômeno do jornalismo que fala sobre o próprio jornalismo, prática que, segundo a autora, constitui aspecto fundamental da reflexividade jornalística e elemento de construção de cidadania.

Arcelo, A. *A mineração corporativa no Estado de Minas Gerais: necropolíticas de mercado e pena de morte existencial*. In: Ommati, J.; Quadros, J.; Gontijo, L. Direito, política e emancipação: estudos sobre biopoder e insurreição no Brasil. 2. ed. Belo Horizonte: Editora Conhecimento, 2022. p. 1–11.

Beaugé, B.; Demorand, S. *Les cuisines de la critique gastronomique*. Paris: Éditions du Seuil; Presses de Sciences Po, 2009.

Camargo, Camila A. et. al. Jornalismo financiado por plataformas análise dos apoios concedidos aos arranjos alternativos às corporações de mídia. *E-compós*, v. 26, p. 1-22, 2023.

CNN Brasil. Brasil é um dos 10 países que mais desperdiçam comida, revela estudo da ONU. *CNN Brasil*, 15 set. 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-e-um-dos-10-paises-que-mais-desperdicam-comida-revela-estudo-da-onu/>. Acesso em: 06 jun. 2025.

Faculdade de Saúde Pública. A Classificação NOVA. *NUPENS/USP*, s./d. Disponível em: <https://www.fsp.usp.br/nupens/a-classificacao-nova/>. Acesso em: 06 jun. 2025.

FAO. FAO, WFP, UNICEF e Pacto Global participam de painel no Encontro Nacional Contra a Fome. *FAO no Brasil*, 23 jun. 2022a. Disponível em: <https://www.fao.org/brasil/noticias/detail-events/en/c/1543130/>. Acesso em: 09 jun. 2025.

Jacob, H. M. A. *Gastronomia, culinária e mídia: estudo dos ambientes midiáticos e das linguagens da comida e da cozinha*. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.

O Joio e o Trigo. Quem somos. *O Joio e o Trigo*, [s./d]. Disponível em: <https://ojoioeotrigo.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 06 jun. 2025.

O Joio e o Trigo. Por que chamamos ultraprocessados de produtos, e não de alimentos. *O Joio e o Trigo*, 28 ago. 2023. Disponível em: <https://ojoioeotrigo.com.br/2023/08/ultraprocessados-produtos-alimentos/>. Acesso em: 06 jun. 2025.

Oliveira, M. M. C. *Metajornalismo... Ou quando o jornalismo é sujeito do próprio discurso*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade do Minho, Minho, 2007.

Pacheco, Victória. Maioria das capitais tem ao menos 1 em 4 moradores vivendo em desertos alimentares. *Folha de S. Paulo*, 29 mai. 2025. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha-social-mais/2025/05/maioria-das-capitais-tem-ao-menos-1-em-4-moradores-vivendo-em-desertos-alimentares.shtml>. Acesso em: 05 jan. 2025.

São Paulo. Estudo da USP mostra que aumento do consumo de ultraprocessados eleva risco de morte precoce. *Agência de Notícias do Governo do Estado de São Paulo*, 10 mai. 2025. Disponível em: <https://saude.sp.gov.br/coordenadoria-de-controle-de-doencas/noticias/10052025-estudo-da-usp-mostra-que-aumento-do-consumo-de-ultraprocessados-eleva-risco-de-morte-precoce>. Acesso em: 06 jun. 2025.

Scabin, N. L. C. Potencialidades e desafios do jornalismo em face da desertificação da alimentação: enquadramentos do campo alimentar no podcast Prato Cheio. *Logos*, v. 30, n. 1, p. 145-162, 2023.

Tuchman, G. “Contando ‘estórias’”. In: Traquina, N (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Florianópolis: Insular, 2016. p. 339-344.