






## A DISPUTA PELO DOMÍNIO DISCURSIVO DOS ALIMENTOS ULTRAPROCESSADOS SOB A PERSPECTIVA DOS ESTUDOS DE MERCADO CONSTRUTIVISTAS

Bruno Medeiros Ássimos<sup>1</sup>  & Marcelo de Rezende Pinto<sup>2\*</sup> <sup>1</sup>Centro Universitário Unihorizontes, Programa de Pós-graduação em Administração – Belo Horizonte (MG), Brasil.<sup>2</sup>Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-graduação em Administração – Belo Horizonte (MG), Brasil.

### DETALHES DO ARTIGO

Recebido:  
8 Out, 2024Aceito:  
25 Jun, 2025Disponível online:  
12 Nov, 2025**Sistema de revisão**  
“Double blind review”**Editores**Priscila Rezende da Costa   
Mário Ogasavara   
Alex Fabianne de Paulo   
Diogo Barbosa Leite   
José Jassuip de Silva Moraes 

### RESUMO

**Objetivo:** Analisar como o termo *ultraprocessado* é abordado por diferentes agentes no mercado da alimentação, especialmente profissionais da ciência da nutrição, representantes do governo e da indústria alimentícia. **Método:** Por meio de entrevistas e análise de documentos, os dados foram analisados à luz da análise situacional, considerada uma nova geração da *grounded theory*. **Principais Resultados:** A pesquisa apontou que duas grandes visões disputam o domínio discursivo dos alimentos ultraprocessados: o discurso da nutrição, que promove a saúde pública, políticas alimentares baseadas em evidências e crítica à industrialização excessiva dos alimentos, fortemente ancorado no conceito de práticas normativas e de representação; e o discurso da tecnologia, que se sustenta nos princípios da ciência e tecnologia de alimentos, defendendo que todos os tipos de processamento, incluindo os industriais, podem ser seguros. O segundo tipo está mais associado às práticas de transação. **Relevância / Originalidade:** O estudo mostra como diferentes atores disputam o controle do discurso do conceito de alimento ultraprocessado, afetando o que é comunicado ao consumidor e, por consequência, sua capacidade de fazer escolhas alimentares informadas, além de entender como o próprio conceito é construído, disputado e mobilizado como instrumento de poder e influência no mercado. **Contribuições Teóricas / Metodológicas:** O artigo trata o termo *ultraprocessado* como um dispositivo sociotécnico performativo que afeta diretamente a formação de juízos de valor, o comportamento do consumidor e a organização do mercado. Além disso, mostra que atores como governo e indústria têm agência calculadora ampliada — equipada com poder, conhecimento técnico e dispositivos discursivos — capazes de influenciar os consumidores, que, por sua vez, têm uma agência limitada e dependente dos discursos dominantes.

**Palavras-chave:** Alimentos Ultraprocessados, Estudos de Mercado Construtivistas, Análise Discursiva.






## THE DISPUTE OVER THE DISCURSIVE DOMINANCE OF ULTRA-PROCESSED FOODS FROM THE PERSPECTIVE OF CONSTRUCTIVIST MARKET STUDIES

### ABSTRACT

**Objective:** The aim of this study was to analyze how the term “ultra-processed” is approached by different players in the food market, especially nutrition science professionals, government representatives, and the food industry. **Method:** Through interviews and document analysis, the data were analyzed using situational analysis, which is considered a new generation of grounded theory. **Main results:** The research indicated that two major visions dispute the discursive domain of ultra-processed foods. The nutrition discourse promotes public health, evidence-based food policies, and criticism of the excessive industrialization of food. It is firmly anchored in the concept of normative practices and representation. The technology discourse is based on the principles of food science and technology, arguing that all types of processing, including industrial ones, can be safe. It is more associated with transaction practices. **Relevance/originality:** The study shows how different actors dispute control of the discourse of the concept of ultra-processed food, affecting what is communicated to consumers and, consequently, their ability to make informed food choices, as well as understanding how the idea itself is constructed, disputed, and mobilized as an instrument of power and influence in the market. **Theoretical contributions:** The article treats the term “ultra-processed” as a performative sociotechnical device that directly affects the formation of value judgments, consumer behavior, and the organization of the market. It also shows that actors such as government and industry have extended calculative agency—equipped with power, technical knowledge, and discursive devices—capable of influencing consumers, who in turn have limited agency and depend on dominant discourses.

**Keywords:** Ultra-processed foods, Constructivist market research, Discourse analysis.

### ARTICLE DETAILS

Received:  
Oct 8, 2024Accepted:  
June 25, 2025Available online:  
Nov 12, 2025**Double Blind  
Review System****Editors**Priscila Rezende da Costa   
Mário Ogasavara   
Alex Fabianne de Paulo   
Diogo Barbosa Leite   
José Jassuip de Silva Moraes 

\*Autor correspondente: [marcrez@hotmail.com](mailto:marcrez@hotmail.com)

<https://doi.org/10.18568/internext.832>

## INTRODUÇÃO

Os estudos de mercado construtivistas (EMC) concebem os mercados como espaços nos quais instituições organizam a competição entre atores autônomos e independentes, criando e produzindo valores (Çalışkan & Callon, 2010). O resultado dessas interações configura a arena das práticas de mercado, que inclui não apenas empresas e governos, mas também os próprios consumidores. Essa arena é moldada por arranjos sociotécnicos — compostos de dispositivos, conhecimentos técnicos, habilidades, regras, convenções, infraestruturas e discursos — que estruturam a concepção, produção e circulação de bens e propriedades. Esses elementos formam um espaço dinâmico de confrontações e disputas de poder marcado por contínuas transações, representações e práticas normativas que se influenciam mutuamente (Çalışkan & Callon, 2010).

Nessa esfera, o referencial dos EMC fornece ferramentas analíticas para compreender como diferentes atores — consumidores, indústrias, governos, organizações sociais, varejistas e profissionais de *marketing* — contribuem para a construção, sustentação e transformação dos mercados por meio de suas práticas (Çalışkan & Callon, 2010). Em geral, as investigações nesse campo buscam entender como os mercados são continuamente construídos por múltiplos atores materialmente equipados e como esses atores performam teorias de mercado no seu cotidiano (Nøjgaard & Bajde, 2020). Assim, os mercados são vistos como agregados de práticas diversas e, muitas vezes, conflitantes, exigindo atenção aos esforços para lidar com as tensões que emergem desses conflitos (Araujo et al., 2008).

No caso específico do mercado de alimentos, Nestle (2019) ressalta que sua análise envolve múltiplos fatores interligados. Entre os pontos mais controversos desse mercado está o uso do termo *alimento ultraprocessado* ou simplesmente *ultraprocessado*. Segundo o Guia Alimentar para a População Brasileira (Ministério da Saúde, 2014), os produtos ultraprocessados são formulações industriais compostas predominantemente de substâncias extraídas de alimentos, derivadas de constituintes alimentares ou sintetizadas em laboratório, como corantes, aromatizantes e realçadores de sabor (Mendonça et al., 2016).

O mercado de alimentos ultraprocessados no Brasil tem apresentado crescimento significativo nas últimas décadas, refletindo mudanças nos padrões

alimentares da população. Em 2023, a indústria brasileira de alimentos e bebidas registrou o faturamento de R\$ 1,161 trilhão, representando 10,8% do produto interno bruto nacional. Considerando que os alimentos ultraprocessados ocupam o primeiro lugar na alimentação dos brasileiros, com 22% da participação, é plausível estimar que esse segmento contribua com uma parcela substancial do faturamento total da indústria alimentícia (Louzada et al., 2023).

As consequências do consumo de ultraprocessados na saúde pública são significativas. Estudos associam o consumo elevado desses alimentos ao aumento do risco de doenças crônicas não transmissíveis, como obesidade, diabetes tipo 2, doenças cardiovasculares e alguns tipos de câncer. Além disso, há evidências de que o consumo de ultraprocessados está relacionado ao aumento da mortalidade por todas as causas (Louzada et al., 2021).

De maneira geral, estudos que investigam a relação entre dieta e doenças crônicas (Rico-Campà et al., 2019; Srouf et al., 2019) contribuíram para consolidar a associação entre alimentos ultraprocessados e impactos negativos à saúde. Essa relação tem provocado disputas discursivas entre diferentes atores, sobretudo entre cientistas da saúde e representantes da indústria alimentícia (Nestle, 2019).

Diante desse cenário, este trabalho teve como objetivo analisar como o termo *ultraprocessado* é abordado por diferentes agentes no mercado da alimentação, especialmente profissionais da ciência da nutrição e representantes do governo e da indústria alimentícia. Compreender essa disputa discursiva é fundamental, pois ela impacta diretamente a segurança alimentar e nutricional da população, além de o discurso ser um dos pontos de interesse dos EMC. A dificuldade dos consumidores de interpretar informações sobre os produtos que consomem e de relacioná-las ao seu bem-estar tem sido apontada como uma das causas de prejuízo ao consumidor (Adkins & Ozanne, 2005; Shultz & Holbrook, 2009), reforçando a relevância da investigação sobre como os sentidos em torno do termo *ultraprocessado* são produzidos, organizados e disputados no campo alimentar.

## 1. REFERENCIAL TEÓRICO

Kjellberg e Helgesson (2006; 2007) propõem uma estrutura analítica de mercados mediante suas

práticas, conceituadas por meio de práticas de transação ou intercâmbio, práticas de representação e práticas normativas.

As práticas de transação são as atividades concretas e perceptíveis relacionadas às transações econômicas cotidianas individuais, como os produtos, as técnicas de comunicação, os preços, a entrega etc.

As práticas de representação dizem respeito a como as representações do mercado influenciam na performance, já que, de acordo com os autores, os mercados são entidades abstratas. São as atividades que representam as trocas econômicas, representando os mercados e como eles funcionam.

Já as práticas normativas se referem às normas sobre como o mercado deveria ser configurado conforme um grupo de atores, em uma tentativa de estabelecer determinantes normativos que afetem seu funcionamento. Aqui, estão as práticas que formam padrões normativos não voluntários e voluntários, particulares e públicos, incluindo as atividades relacionadas à gestão. Ou seja, como um mercado e/ou seus atores devem ser (re)moldados de acordo com algum (grupo de) ator(es).

A conexão entre as práticas é explicada pelo uso do conceito de translação ou tradução. A tradução é o processo social básico por meio do qual alguma coisa se dissemina pelo tempo e espaço, gerando associações investigáveis (Kjellberg & Helgesson, 2007). Podem participar das traduções as ideias, normas, textos, produtos, tecnologias, entre outros (Latour, 2005).

Kjellberg and Helgesson (2007) afirmam que é esperada uma grande variação no que se refere à apresentação das práticas entre os diferentes mercados. Segundo eles, a força pertencente a cada um dos três tipos de prática, as ligações entre essas práticas e os atores envolvidos se justapõem em todas as atividades, o que oferece possibilidades de analisar as diferenças entre as constituições de um mercado e suas possíveis implicações (Maciel & Leme, 2023).

Assim, nesse ponto, é preciso avançar sobre o conceito de cálculo de valor. Em um mercado, tornar um produto calculável é objetificá-lo e singularizá-lo, ou seja, definir suas propriedades de forma objetiva, de modo que ele possa fazer parte do mundo do consumidor (Merabet, 2020). O trabalho de ajuste é a substância de qualquer transação de mercado. Sendo assim, as propriedades dos produtos são elaboradas em conjunto por diversos profissionais (Callon

& Muniesa, 2005), como nutricionistas, publicitários e engenheiros de alimentos, por exemplo. Para que isso ocorra, os atores envolvidos devem ter agência calculadora, isto é, estarem equipados com ferramentas e capacidades com poder de influenciar um mercado, podendo competir, cooperar, ou simplesmente estarem desconectados em suas ações.

Assim, o valor é construído por meio de interações entre consumidores, produtores, reguladores, especialistas, dispositivos técnicos (rótulos, selos, *rankings*), discursos públicos e outros atores envolvidos. O valor de algo é estabelecido em um contexto pelas interações materiais, simbólicas, discursivas e tecnológicas entre os atores de um mercado (Callon & Muniesa, 2005). Conforme Callon e Muniesa (2005), para que um ator consiga calcular valor, ele precisa estar equipado com ferramentas cognitivas e materiais: rótulos nutricionais, tabelas de preços, categorias como ultraprocessado etc. Assim, o cálculo de valor depende da infraestrutura material e simbólica disponível e é coproduzido por seres humanos (pessoas) e não humanos (objetos, tabelas, fórmulas, sistemas) — ideia influenciada pela teoria ator-rede.

No mercado de alimentos, uma tradução importante circula entre as práticas e performa o cálculo de valor dos alimentos: o debate acerca do termo *alimento ultraprocessado*. O termo *alimento ultraprocessado* ou simplesmente *ultraprocessado* constitui uma ideia que dá propriedade ao produto. Em sua origem, o termo *ultraprocessado* surgiu com a elaboração da classificação NOVA, sendo muito utilizado em pesquisas acadêmicas e por diversos profissionais, especialmente nutricionistas, médicos, formuladores de políticas públicas e pesquisadores do campo da alimentação humana (Monteiro, 2019). A NOVA divide a classificação de alimentos em quatro tipos, sendo o ultraprocessado o que tem o maior nível de industrialização, associando o consumo desse tipo de alimento ao desenvolvimento de obesidade e doenças crônicas não transmissíveis como diabetes, doenças do coração, entre outras (Monteiro, 2019).

Nesse contexto, é possível compreender que a agência dos atores é capaz de moldar as práticas de transação e de representação e normativas de um mercado pelo conhecimento que produz (Kjellberg & Helgesson, 2006; 2007). No caso do ator academia, particularmente o campo da nutrição voltado ao mercado da alimentação, o fruto dessa produção ad-

vém sobretudo, mas não exclusivamente, de pesquisas acerca das propriedades dos alimentos (Louzada et al., 2023) — que são as práticas de representação —, o que acaba fundamentando a tomada de decisão em diversas esferas, como a formação de políticas públicas, a elaboração de diretrizes de atuação profissional de nutricionistas, médicos e afins (Louzada et al., 2023) — que são as práticas normativas —, o comportamento do consumidor e as práticas de mercado da indústria alimentícia de ultraprocessados — que são as práticas de transação (Dalmoro, 2023).

Dessa forma, a NOVA (Monteiro, 2019) pode ser percebida como uma das representações das práticas do mercado alimentar ao refletir o conjunto de processos que as indústrias de ultraprocessados utilizam para a modificação dos alimentos. Sua promulgação por meio de documentos de diferentes tipos e origens faz com que essa classificação funcione como um dispositivo capaz de influenciar a agência calculativa do consumidor. Os dispositivos são objetos com agência que articulam ações; eles agem ou fazem outros agirem. Também podem ser considerados como arranjos materiais e discursivos que intervêm na construção de mercados (Çalışkan & Callon, 2010; Maciel & Leme, 2023), como a NOVA e o termo *ultraprocessado* que apresenta.

A tentativa de dominar o discurso do termo faz com que o debate transborde em diversos momentos. Os transbordamentos são resultado das imperfeições ou do fracasso das tentativas de enquadramento e do processo, ligados à ocorrência de externalidades. Assim, a investida de enquadrar e estabilizar o mercado não se encerra, especialmente quando há a presença de disputas (Araujo, 2007; Çalışkan & Callon, 2010; Callon, 1997; 1998a; Oliveira, 2013).

## 2. METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho foi inspirada na análise situacional, proposta por Clarke et al. (2018). A análise situacional tem raiz no pragmatismo, na sociologia da Escola de Chicago, no interacionismo simbólico e no esquema de mundos e arenas sociais de Strauss, sendo considerada a terceira geração da *grounded theory*. A reunião de suas raízes está assentada no paradigma interacionista crítico (Clarke et al., 2018). A análise situacional faz parte de uma corrente emergente do interacionismo aderente à rubrica do

paradigma do interacionismo crítico, sustentado por abordagens neoestruturais (Clarke et al., 2018).

As propriedades interpretativas da análise situacional incluem:

- a noção de perspectiva pela qual a parcialidade e a situação são analisadas;
- o construtivismo é tido como social e materialista;
- um primeiro nível de interpretação é realizado por meio de códigos abertos com o apoio da literatura e interpretações simultâneas;
- a análise é realizada mediante a abdução na teoriação de dados;
- a análise é orientada para a ação, análises processuais e negociações entre os atores como antecipação às instabilidades;
- o método incentiva a diversidade de elementos como foco de análise, tais quais os explícitos, os implícitos, os significativos, os subestimados, os silenciados (ou não ditos) e suas diferenças (Clarke et al., 2018).

A entrevista e a análise documental foram os dois métodos de coleta de dados utilizados. Nas entrevistas, foram realizadas perguntas livres, compreendidas como relevantes para a pesquisa (Charmaz, 2009), por meio de questões que utilizaram o referencial teórico como fonte de tópicos-guia (Bauer & Gaskell, 2002). Conforme a evolução da coleta de dados, outras questões intencionalmente julgadas como oportunas foram inseridas no instrumento de coleta de dados, um roteiro semiestruturado, visando enriquecer a análise (Charmaz, 2009). No segundo método de coleta de dados adotado, a análise documental, Clarke (2005) recomenda o uso de todo tipo de documento, também chamado de materiais discursivos, que possa contribuir com a pesquisa.

O *corpus* de pesquisa, que seguiu o critério de acessibilidade (Charmaz, 2009; Denzin & Lincoln, 2006), foi formado por duas pesquisadoras doutoras na área de nutrição, identificadas como P1 e P2, especialistas em epidemiologia da obesidade, e uma servidora do Ministério da Saúde, identificada por MS, alocada na Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição, órgão do ministério responsável pela produção do Guia Alimentar para a População Brasileira. A servidora participou da construção do documento.

Os documentos analisados foram a segunda edição do Guia Alimentar para a População Brasileira,

lançado pelo Ministério da Saúde em 2014, e o *e-book Alimentos Industrializados: a importância para a sociedade brasileira* (Rego et al., 2018), lançado pelo Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL), vinculado à Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios, da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Governo do Estado de São Paulo, em parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos. Os documentos foram escolhidos porque o primeiro deles apresenta o discurso da área da saúde, formado por governo e pesquisadores da área, e é a orientação oficial em relação ao consumo de alimentos para a população; e o segundo, com apoio governamental do estado de São Paulo, apresenta a posição oficial da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos.

O processo de análise dos dados ocorreu pelo *theorizing* (Clarke et al., 2018). Primeiramente, os dados foram coletados e analisados por meio da codificação aberta. Nesse momento, palavras, frases ou trechos receberam rótulos livremente nomeados. Paralelamente, novos dados foram coletados e comparados continuamente com os dados já coletados, com o apoio do *software* ATLAS.ti, o que permitiu alterações contínuas no processo de produção dos resultados da análise. Como último objetivo da análise, realizou-se uma representação inspirada na cartografia proposta pela análise situacional, denominada de arena posicional. No método, as arenas posicionais expõem as principais posições adotadas e não adotadas nos dados discursivos encontrados na situação em relação a eixos específicos de preocupação e contravérsia. Assim, as arenas posicionais detalham os principais debates da situação para revelar as gamas de posições adotadas e não adotadas nos dados, finalizando o processo de *theorizing* (Clarke et al., 2018).

### 3. ANÁLISE

#### 3.1. Processamento e qualidade

É na indústria e em alguns campos da própria academia, como a engenharia de alimentos, ciência e tecnologia de alimentos e outras denominações correlatas, que a organização do dispositivo NOVA encontra seus principais atores de oposição. Uma das primeiras alegações por parte da indústria, disponível no documento da indústria, perpassa a utilização dos termos mais básicos do mercado de alimentos ultraprocessados e as generalizações atribuídas a ele:

É comum encontrar matérias jornalísticas e mesmo artigos científicos que utilizam conceitos distorcidos sobre a indústria de alimentos, alimentos processados e industrializados. De modo geral, é costume generalizar preconceitos para empresas e produtos industrializados, uma vez que, na realidade, existem milhares de empresas e produtos com características bastante distintas entre si (Rego et al., 2018, p. 18).

Nesse trecho, parece haver uma tentativa de equiparar o processamento doméstico de alimentos com as práticas industriais, que são as de mercado, já que há a alegação de que os termos *processado* e *industrializado* tendem a ser associados às práticas industriais de maneira negativa. Como elemento que sustenta o argumento de defesa do trecho, está o processo. Assim, caso algum processamento seja realizado na residência do consumidor, ele é considerado de mesmo nível dos processos realizados na indústria ou classificado como tal.

Por consequência, o documento da indústria generaliza o termo *processo* e justifica que qualquer transformação, ou prática de processamento, imputada ao alimento o torna um alimento processado, independentemente de onde essa transformação tenha ocorrido. Ou seja, o termo *processamento* é utilizado de maneira generalizada, mas não incorretamente sob o ponto de vista da ciência e tecnologia de alimentos. Esse nivelamento entre os processos industriais e domésticos é tipicamente técnico, não considerando todas as outras variáveis envolvidas na alimentação, como a qualidade dos alimentos, a origem, o grau de frescor, a quantidade de ingredientes, as substâncias adicionadas, a condução do plantio e muitas outras. No próximo trecho, o documento da indústria reforça a presença do ponto de vista da ciência e tecnologia de alimentos e não da saúde pública, como abordado pelo guia:

O termo “alimento processado” tem sido confundido com uma pequena parcela dos alimentos que abastecem a população, e usado de forma inadequada e preconceituosa para definir alimentos de qualidade e valor nutricional inferiores. Entretanto, do ponto de vista tecnológico, qualquer alimento que sofra alguma modificação intencional antes de ser consumido é considerado um alimento processado. Existem vários tipos de processos para modificar alimentos, muitos destes

utilizados nos lares, como, por exemplo, a lavagem, fatiamento, moagem, extração, aquecimento, cozimento, resfriamento e congelamento, entre outros (Rego et al., 2018, p. 36).

O trecho apresenta um argumento que pode ser considerado pertinente, já que a prática da industrialização ocorre, tipicamente, em ambientes industriais. A princípio, é preciso ter em mente que todos os documentos consideram o comportamento comum dos atores envolvidos no debate, e não suas exceções. Dessa forma, ao se falar de industrializados e qualidade, fala-se de coisas diferentes, que podem coexistir ou não. Em adição, o documento chama a atenção para os diferentes tipos de indústria, afirmando implicitamente que os produtos colocados à venda são diferentes entre eles, bem como seus processos, conforme Rego et al. (2018, p. 53):

Um alimento industrializado pode ser classificado também como alimento processado, mas o contrário nem sempre é verdadeiro, pois o processamento de alimentos também é feito nos lares e em diversos serviços de alimentação. Outra visão equivocada é a de que a indústria de alimentos e bebidas é uma coisa única, com características comuns.

Os termos *indústrias multinacionais* e *indústrias pequenas* são muitas vezes utilizados, nas entrevistas realizadas e nos documentos analisados, para diferenciar a capacidade que esses atores têm de influenciar os discursos em uma arena de disputas. Algumas indústrias, normalmente multinacionais brasileiras ou não, têm acesso aos meios políticos do Brasil por causa do poder econômico que emanam. Elas também podem receber apoio de seus países de origem como parte das negociações realizadas no âmbito da política externa.

### 3.2. Políticas públicas e saúde

o guia alimentar brasileiro recomenda a diminuição do consumo de alimentos industrializados e não nega que ocorra o processamento doméstico de diferentes tipos. “O guia não fala de a gente banir alimento ultraprocessado, né? Ele fala que a gente precisa reduzir o consumo de alimentos ultraprocessados” (P2). Entretanto, um dos problemas apontados de

maneira implícita no documento da indústria (Rego et al., 2018) é que a construção discursiva do termo *ultraprocessado* forma um dos sustentáculos considerados problemáticos no guia alimentar brasileiro, o que faz com que parte desse dispositivo seja contestada pela indústria.

Como se trata de um guia governamental, a contestação de seu conteúdo deve ser realizada diretamente ao Ministério da Saúde. Trata-se de uma prática comum aos olhos da Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição, já que a contestação de partes do guia acontece desde a sua criação segundo a entrevistada do referido órgão no qual o documento foi produzido. Como o guia foi formulado com base naquilo que se chamou de estudos que produziram evidências de qualidade, é preciso apontar novas evidências para alterá-lo.

*O que chegou para nós foi o seguinte: foi questionando o nosso guia alimentar e, especificamente, a parte de ultraprocessados, eles trazem a argumentação que a alimentação saudável inclui todos os tipos de alimento, que tudo pode fazer parte da alimentação saudável, que essa classificação, ela é equivocada, que não tem evidência sobre a relação disso com a saúde... Só que eles citaram, por exemplo, três referências bibliográficas, nenhuma delas falava sobre os ultraprocessados (MS).*

É importante considerar que o governo brasileiro parece se dividir em dois atores distintos, um mais preocupado com a saúde pública e outro mais suscetível aos interesses de grandes indústrias ou outros governos, o que acaba gerando um conflito interno que transborda, conforme conceito trabalhado por Araujo (2007), Çalişkan e Callon (2010), Callon (1997; 1998b) e Oliveira (2013) — as delimitações inicialmente previstas na pesquisa. Ainda que suas divisões internas não atuem de maneira sincronizada, este trabalho optou por utilizar o termo *governo* para nomear o referido ator de maneira generalista, apontando suas divisões internas quando necessário.

*O nosso argumento, sempre, sempre, é que nós somos o Ministério da Saúde. Então, a gente está defendendo a saúde. Não é o lucro, é a saúde. Então, se as evidências estão mostrando que determinado alimento prejudica a saúde, então a gente vai defender que deve evitar esse alimento. A nossa conversa com a indústria é essa, com os*

*outros ministérios é essa, então, a gente sempre [visa] nas evidências científicas e [visa], também, na saúde (MS).*

Para a Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição, uma divisão interna do ator governo, as evidências que tentam alterar o guia por parte da indústria são de baixa qualidade. No espaço em que as recomendações do guia são contestadas, há a percepção sobre os diferentes tipos de argumento utilizados para sustentar as proposições. Há uma clara divisão de ponto de vista entre os atores que se reúnem para debater o dispositivo. Conforme apontado nos dados, o ator Ministério da Saúde, na figura da Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição, precisa manter a posição de preocupação com a saúde pública em primeiro lugar, e o ator indústria deseja amenizar as afirmações feitas no guia como parte de seus interesses. No centro dessa disputa estão as ideias — entendidas como conceitos, categorias ou modelos mentais que participam da construção de mercados (Nøjgaard & Bajde, 2020) — sobre o conceito de ultraprocessados. Como visto, a alegação da classificação em ultraprocessado é um elemento que incomoda a indústria.

É tipo do *marketing* mesmo, dessa área, que é que mais argumentava. Por isso que os argumentos são tão ruins. [...] Querem vender o produto, mas estão conversando com pessoas que estão conversando sobre evidências. Parece que é uma coisa combinada, não sei. Porque são sempre as mesmas argumentações (MS).

### 3.3. As disputas pelo termo *ultraprocessado*

Além de contestar partes do guia em seu documento, a indústria aponta alguns cuidados com a produção dos artigos científicos para evitar o que chama explicitamente de *fake news*:

- não usar o termo *indústria de alimentos* de forma generalizada;
- não confundir um produto específico com a categoria de alimento industrializado à qual ele pertence;
- não usar os termos *processado* e *industrializado* como sinônimo de alimento ruim, pouco saudável, pouco nutritivo ou que contém muito açúcar, sal ou gordura;
- equivocar-se ao avaliar a qualidade de um produto industrializado pela quantidade de ingredientes;
- equivocar-se ao classificar a qualidade de um produto industrializado pelo seu grau de processamento (Rego et al., 2018, p. 18).

Nesse ponto, as críticas fazem alusão ao guia alimentar brasileiro. Em seguida, uma crítica à classificação NOVA é realizada:

A “classificação” NOVA é baseada em vários pressupostos que não encontram sustentação na ciência e tecnologia de alimentos, além de conflitar diretamente com as autoridades regulatórias que aprovam para consumo os alimentos industrializados contestados pela mesma. Vários de seus pressupostos contradizem princípios básicos da Ciência e Tecnologia (C&T) de alimentos, talvez por ignorância, por preconceito ou por ambos (Rego et al., 2018, p. 20).

Uma análise interessante aqui é que o trecho traz uma crítica com referência direta a uma área que compõe o estudo da alimentação, a ciência e tecnologia de alimentos, bastante voltada aos aspectos tecnológicos da produção alimentar, desconsiderando outros pontos de vista. Dessa forma, é possível vislumbrar diferentes perspectivas paradigmáticas acerca dos alimentos ultraprocessados, variando conforme o ator que os maneja e o agenciamento, conforme conceito de Callon (2009), que esses produtos carregam.

Assim, sob o ponto de vista da ciência e tecnologia de alimentos, as alegações estão corretas, contudo, para a saúde pública, elas não são capazes de alterar as diretrizes alimentares para a promoção de uma alimentação saudável e adequada (Louzada et al., 2018). No documento da indústria, a argumentação das inconsistências na classificação NOVA é realizada por meio de cinco pontos (Rego et al., 2018):

- *Do ponto de vista técnico, não há classificação com base em graus de processamento*, o que traz novamente uma perspectiva vinculada à ciência e tecnologia de alimentos.
- *Do ponto de vista estatístico, não há comprovação de que exista diferença significativa entre os conteúdos nutricionais de alimentos processados nos lares, restaurantes e indústrias*. Para ilustrar esse ponto, o documento traz uma imagem (Figura 1) com alimentos industrializados à base de carne dispostos em embalagens estrangeiras e nacionais bem elaboradas e com muitas referências à alimentação caseira, de qualidade e com produtos *in natura*;



**Figura 1.** Exemplos de refeições variadas com diferentes tipos de carne.

Fonte: Rego et al. (2018, p. 23).

- *Do ponto de vista científico, não há comprovação de que os produtos de conveniência afetam de modo desfavorável a cultura, a vida social e o meio ambiente.* Esse ponto é uma crítica direta ao momento em que o guia alimentar brasileiro aponta os efeitos dos alimentos ultraprocessados na cultura, na vida social e no meio ambiente, como a padronização dos alimentos e embalagens a nível mundial, as campanhas publicitárias agressivas, a promoção do desejo de consumir cada vez mais esse tipo de alimento, a diminuição do aprendizado relacionado ao ato de cozinhar, sentar-se à mesa e compartilhar refeições e aos impactos na sustentabilidade no planeta (Ministério da Saúde, 2014).
- *Do ponto de vista científico e regulatório, a presença de ingredientes e aditivos alimentares industriais não pode ser usada como critério para definir um alimento como inadequado para consumo,* entretanto esse ponto é contestado pelos pesquisadores, que afirmam a existência de evidências suficientes para relacionar o consumo de determinados elementos a certos prejuízos na saúde;
- *Do ponto de vista prático e estatístico, não há como estabelecer que o uso moderado de açúcar, sal e gorduras é recomendável para preparações culinárias domésticas nem que, ao mesmo tempo, seu uso na indústria gera produtos que devam ser evi-*

*tados por conterem tais ingredientes em excesso.* Em seguida, uma figura comparativa da inserção de açúcar nos processos de fabricação industrial e doméstico do iogurte é apresentada com a alegação de que apenas a adição de açúcar seria responsável pela diferença entre as classificações ultraprocessado e minimamente processado entre eles.

Todavia, ocorre o silenciamento (Clarke et al., 2018) acerca da quantidade de açúcar adicionado e do tipo de açúcar que se utiliza, focando apenas no aspecto processual da preparação alimentar. A quantidade excessiva e o consequente consumo elevado de sódio ou de gorduras de origem animal refletem uma das principais preocupações do guia alimentar brasileiro, por estarem associados às doenças cardiovasculares.

O conceito de ultraprocessados advindo da classificação NOVA, como mencionado anteriormente, é central em todos esses debates. A indústria posiciona-se de maneira contrária à utilização do conceito de ultraprocessado e faz as seguintes alegações — apesar de longo, o trecho é importante por trazer um claro posicionamento da indústria:

Todo esse alarde em torno da “classificação” NOVA ignora o fato de haver ou não uma verificação empírica da sua funcionalidade para a escolha de alimentos mais saudáveis e nutritivos. Porém, uma breve análise dos produtos comercializados em supermercados pode demonstrar que o conceito de “alimento ultraprocessado” não consegue cumprir com a finalidade para a qual foi idealizado, ou seja, identificar alimentos apropriados para consumo, uma vez que um consumidor tente selecionar produtos comparando-os produtos com base nas características apontadas pela NOVA. [...] A dificuldade de identificar alimentos “ultraprocessados” na prática, uma vez que a “classificação” NOVA é genérica e condena categorias e não tipos específicos de alimentos. Se uma pessoa for a um supermercado e tentar conferir os produtos específicos, apontados como “ultraprocessados”, com base nas características usadas pela “classificação” NOVA, terá a surpresa de constatar que há muito pouca aderência destes produtos com a maioria destas características (Rego et al., 2018, p. 30).



Os principais argumentos do trecho revelam que o guia não consegue cumprir sua finalidade, que o con-

sumidor demonstrará surpresa ao constatar pouca aderência do guia com a realidade e que o guia torna a compra confusa. Todavia, estudos apontam que o discurso técnico das embalagens não cumpre a finalidade de auxiliar o consumidor a entender o que está comprando; que o consumidor pouco entende e domina as informações sobre os produtos alimentares industrializados, situação que o guia tenta amenizar; e, ao dominar pouco, o consumidor sente-se confuso durante o processo de compra e consumo (Scrinis, 2021), deixando que a decisão de compra seja previamente calculada pela indústria, algo que o guia tenta mitigar.

Ao fundamentar a argumentação utilizada, o documento da indústria apresenta alguns produtos industrializados, ou que são enquadrados como ultraprocessados pela classificação NOVA, que utilizam poucos ingredientes em sua produção — todos eles são batatas fritas armazenadas em pacotes —, contudo alguns temas permanecem silenciados (Clarke et al., 2018) na figura, como o tamanho das porções

utilizadas e o consumo total diário de nutrientes e não nutrientes dos indivíduos. Ao utilizar o termo *consumo total diário de nutrientes* e não *nutrientes*, essa análise refere-se ao conjunto de macro e de micronutrientes consumidos ao longo de todo o dia de um indivíduo e aos diversos elementos adicionados aos produtos em seu processo de produção, mas que não são nutrientes, como os aditivos alimentares.

A tabela nutricional das batatas fritas (mencionadas anteriormente), por exemplo, apresenta o consumo dos produtos por porção. O consumo de uma porção, que é o mesmo que um pacote para dois dos produtos demonstrados, representa o consumo de cerca de mais de 10% das calorias diárias médias para um adulto e de 15% para uma criança, baseando-se na referência de 1.600 calorias diárias para as crianças e 2.000 para um adulto (Organização Pan-Americana da Saúde, 2021). Como fim, as batatas fritas industrializadas (Figura 2) são utilizadas (no documento da indústria) para rebater alguns dos argumentos do guia, como, por exemplo:

					
Marca	Classic Potato Chips	Lay's Classic	Lay's Kettle Cooked	Kettle Chips Olive Oil	No Added Salt Potato Chips
Fabricante	Deep River Snacks	Frito-Lay	Frito-Lay	Good Health Natural Foods	Freedom Foods
Ingredientes	Batatas, óleo de girassol, sal marinho	Batatas, óleo vegetal (girassol, milho e/ou canola), sal	Batatas, óleo vegetal (girassol, milho e/ou canola), sal	Batatas, azeite de oliva, sal marinho	Batatas, óleo de girassol
Peso líquido na embalagem	42g	42,5g	38,9g	141,7g	100g
Número de porções	1	1	2	5	4
Conteúdo por porção:					
Peso de cada porção	42g	42,5g	28g	28g	25g
Calorias	230	240	130	150	127 (530Kj)
Gordura total	15g	15g	5g	8g	6,9g
Gordura saturada	1,5g	2g	0,5g	1g	0,7g
Gordura trans	0g	0g	0g	0g	Menor que 0,1g
Colesterol	0mg	0mg	0mg	0mg	0mg
Carboidrato total	24g	23g	20g	16g	14,3g
Açúcares	0g	1g	1g	0g	0,1g
Fibra alimentar	2g	2g	2g	0g	0,5g
Sódio	260mg	250mg	135mg	65mg	4mg
Proteína	3g	3g	2g	2g	1,9g

Obs.: A informação nutricional da rotulagem dos produtos também cita a presença de vitaminas A e C, Cálcio, Ferro e Potássio, que não estão relacionados neste quadro.

**Figura 2.** Apresentação de produtos defendidos como não ultraprocessados pela indústria.

Fonte: Rego et al. (2018, p. 31).

- *Quanto à presença de alimentos in natura, todas as características se verificam falsas.* Trata-se de uma tentativa de contrapor o guia demonstrando que os alimentos industrializados podem utilizar a mesma qualidade das batatas *in natura*, por exemplo, entretanto a argumentação não gera evidência capaz de contradizer o guia;
- *Quanto à presença de ingredientes de uso industrial, algumas características são falsas, outras dependem de como o produto é feito pelos vários fabricantes.* Aqui, existe a preocupação em afirmar que os processos industriais são seguros e não interferem na qualidade dos produtos. A recomendação do guia se assenta na diminuição do consumo de alimentos ultraprocessados por entender que esses alimentos trazem, de maneira geral, um maior volume de calorias, sal, açúcar e gordura ao longo do dia. Dessa forma, o guia reafirma o seu compromisso com a alimentação de maneira ampla;
- *Quanto à capacidade dos aditivos de tornarem o produto extremamente atraente, todas as características se verificam falsas.* Na explicação, o documento da indústria argumenta que os aditivos são regulamentados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e que não existe um aditivo que seja capaz de viciar os consumidores. Um ponto silenciado (Clarke et al., 2018) no documento é a ausência de transparência na quantidade de substâncias não alimentares adicionadas aos produtos. O guia traz essa preocupação com o todo, com o resultado do consumo de alimentos. Olhar o alimento separadamente é imputar um olhar reducionista da alimentação (Scrinis, 2021);
- *Quanto ao número de ingredientes, todas as características se verificam falsas.* Trata-se de uma crítica à afirmação do guia de que os alimentos que têm uma longa lista de ingredientes normalmente são ultraprocessados e devem ser evitados;
- *Quanto aos nomes dos ingredientes, a característica verifica-se falsa.* A figura traz produtos com nomes familiares aos consumidores em sua composição para argumentar que a presença de nomes de difícil compreensão não é uma característica dos produtos ultraprocessados;
- *Quanto à adição de ar ou água, a característica verifica-se falsa.* Novamente, produtos sem a adição de elementos conhecidos ou desconhecidos são apresentados;
- *Quanto ao valor nutricional, uma das características pode ser considerada verdadeira, outras dependem de como o produto é feito pelos vários fabricantes, e outras se verificam falsas.* Nesse ponto, o documento reconhece a existência de uma elevada quantidade de calorias nos produtos, mas lembra que eles também são elevados em calorias se forem feitos em casa. Também afirma a existência de produtos reduzidos em diversos elementos. Mais uma vez, ocorre a presença de uma narrativa que promulga o nivelamento entre as práticas industriais e domésticas, já que elas tenderiam a produzir os mesmos resultados em termos nutricionais.

Dessa forma, as alegações nutricionais da indústria são válidas, mas consideram uma situação muito enquadrada, conforme conceito de Callon (1997; 1998b), a do alimento em si. O transbordamento (Araujo, 2007; Çalışkan & Callon, 2010; Callon, 1997; 1998b; Oliveira, 2013) da visão do alimento é uma característica declarada no guia alimentar brasileiro, que busca reconectar a alimentação aos aspectos sociais mais amplos (Ministério da Saúde, 2014).

A própria concepção da caracterização do alimento como industrializado representa uma visão reducionista, baseada nos princípios do paradigma da ciência e tecnologia de alimentos, normalmente focada nos aspectos processuais da industrialização de alimentos. Isso não é um problema; trata-se de uma indústria importante para o país quando se pensa nos aspectos econômicos (Rego et al., 2018).

A argumentação baseada no paradigma da ciência e tecnologia de alimentos utilizada no documento da indústria não objetiva atuar sobre a promoção da saúde pública nem sobre os aspectos comportamentais dos consumidores, já que estes são muitas vezes influenciados pelas práticas de *marketing* (Santana et al., 2020).

No que se refere às práticas de *marketing* e publicidade, os produtos utilizados para a argumentação têm uma série de alegações, como “40% menos gordura”, “sem sal” ou “sal marinho”. O documento da indústria posiciona-se quanto ao uso da comunicação de maneira contraditória, já que afirma que não se tem registro da associação de saudabilidade com os alimentos que ilustram esse debate. As três frases resgatadas da parte frontal das embalagens são indícios típicos de alegações pertencentes ao discurso de saudabilidade, utilizado como prática que auxilia no cálculo de valor.

Ao que parece, o documento da indústria associa o uso do discurso da saudabilidade a aquele que menciona a presença de nutrientes capazes de conferir uma áurea saudável ao produto, como as fibras, proteínas ou potássio, contudo o discurso da saudabilidade deve ser entendido como aquele capaz de provocar o aumento da sensação de saúde associada ao alimento, independentemente da menção direta a algum nutriente (Ricci et al., 2020).

Para que os discursos presentes nessa arena sejam visualizados, o esquema posicional é apresentado (Clarke, 2003; 2005) na Figura 3. Na análise situacional, os esquemas posicionais expõem as principais posições adotadas e não adotadas nos dados discursivos encontrados na situação em relação a eixos específicos de preocupação e controvérsia. Significativamente, os esquemas posicionais não são articulados com pessoas ou grupos, mas buscam representar toda a gama de posições discursivas sobre questões particulares, permitindo demonstrar a articulação de várias posições adotadas, bem como posições contraditórias mantidas por indivíduos e coletividades (Clarke et al., 2018).

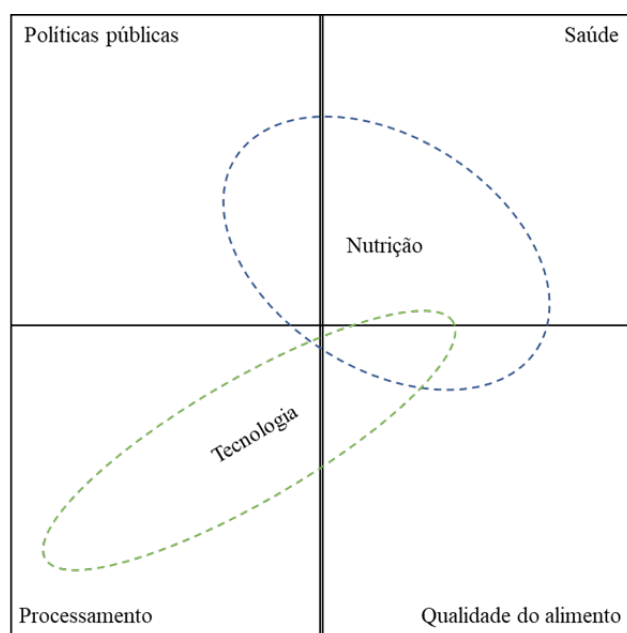
Assentados em quatro temáticas, os discursos podem ser separados em dois, o discurso da nutrição e o discurso da tecnologia. O discurso da nutrição, proferido pelas pesquisadoras da área da saúde e pelo Mi-

nistério da Saúde, confere maior atenção aos aspectos de formação de políticas públicas, funcionando como apoio para a sua construção; aos cuidados generalizados com a saúde, o que envolve as dimensões sociais, culturais, epidemiológicas, nutricionais e de segurança alimentar — relacionada à disponibilidade de alimentos —, entre outros assuntos discutidos sob o âmbito do Sistema Único de Saúde; à qualidade da alimentação, o que abarca elementos como armazenagem e manipulação dos alimentos e atenção ao grau de processamento deles. Isso não significa que esse discurso deixe de considerar os outros elementos da figura, mas atravessa-os com menor intensidade, o que demonstra onde deseja se manter ancorado. De maneira geral, os elementos formadores do discurso incluem preocupações mais acentuadas na seguinte ordem: saúde, políticas públicas (acesso, por exemplo), qualidade do alimento e processamento.

O discurso da tecnologia, proferido pelos documentos representativos da indústria alimentícia, confere especial atenção aos aspectos tecnológicos do processamento, desenvolvimento e inovação relacionados aos alimentos; à segurança alimentar voltada à diminuição de intoxicações e outras enfermidades causadas pelas más condições de higiene; e à saúde, uma dimensão estreitamente conectada à inovação, no sentido de oferecer alimentos que otimizem e aprimorem as funções físicas. O discurso da tecnologia prioriza o debate acerca do processamento, seguido pela qualidade do alimento e, de longe, pela saúde. Não há menção a políticas públicas.

Os espaços que os discursos ocupam em cada uma das dimensões refletem a tentativa de demonstrar o nível de participação de cada um deles sobre a formação dos discursos incluídos nos documentos e entrevistas analisados, mesmo que ainda estejam falando sobre o mesmo tema — os alimentos ultraprocessados.

Observa-se que os diferentes discursos identificados mobilizam elementos materiais, técnicos e simbólicos para performar o valor dos alimentos. Em linha com Callon e Muniesa (2005), percebe-se que o valor dos produtos não é intrínseco, mas calculado com base em dispositivos sociotécnicos que equipam a agência dos atores, como o discurso acerca dos alimentos ultraprocessados. Na análise, o uso da classificação NOVA pelo Ministério da Saúde, por exemplo, constitui um mecanismo de cálculo de valor ancorado em evidências epidemiológicas e práticas



**Figura 3.** Arena posicional dos discursos relacionados aos ultraprocessados.

Fonte: Elaboração dos autores (2022).

normativas de proteção à saúde pública. Em contraste, a indústria tenta deslegitimar essa base de cálculo ao defender uma valoração centrada em parâmetros físico-químicos e tecnológicos, nos quais o processamento não implicaria, por si só, prejuízo nutricional.

Essa disputa evidencia que o valor do alimento — se é saudável, mais ou menos processado, seguro ou adequado ao consumo — não está previamente dado, mas é performado em arenas discursivas nas quais diferentes formas de calcular são apresentadas como legítimas. Assim, os agentes disputam não apenas a classificação dos produtos em ultraprocessados ou não, mas os próprios critérios que devem ser utilizados para compor o cálculo de valor, o que revela a natureza contingente, relacional e assimétrica da valoração no mercado alimentar no que se refere ao termo *ultraprocessado*.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Grande parte do estilo de vida alimentar das sociedades contemporâneas vem evoluindo para um maior nível de consumo de alimentos ultraprocessados, mercado dominado por indústrias alimentares, com destaque para as de grande porte transacionais. A relação das indústrias alimentícias de ultraprocessados e a sociedade é mediada pelo mercado. O fruto dessa relação envolve conflitos, como a definição e o uso do termo *ultraprocessado*, o que pode confundir o consumidor (Nestle, 2019).

Nesse cenário, é possível observar que grandes *players* do mercado da alimentação são responsáveis pela maior parte da produção e venda de alimentos com alta capacidade obesogênica. Por isso, tais empresas vêm sendo criticadas por diferentes profissionais que destacam a importância da preservação dos consumidores de práticas nocivas que circulam nesse mercado (Baker et al., 2005). Afinal, adotar uma alimentação saudável não é meramente questão de escolha individual; o ambiente no qual o indivíduo está inserido apresenta importante influência nos hábitos alimentares desde a infância (CONSEA, 2014; Swinburn et al., 2019).

Os discursos que circulam, como elementos que afetam as práticas de representação do mercado (Çalışkan & Callon, 2010), são alvo de constante contestação, como observado em relação ao termo *ultraprocessado*. Nessa ótica, a disputa pelo domínio do termo *ultraprocessado* foi representada na arena posicional e é alvo de disputas dados os conflitos, as desigualda-

des, como o equipamento agencial de cada ator, e as lutas por poder em prol de dominá-lo. Essa arena é marcada pelos conflitos que envolvem o ator que consegue manter maior controle sobre o uso do discurso do termo *ultraprocessado*. Na perspectiva do consumidor, é possível conceber que essa arena envolve o que ele ouvirá ou lerá antes e ao longo da sua compra, suas percepções, significados e expectativas a respeito dos produtos existentes. Em adição ao complexo cenário, é esperado que nenhum ator empresarial deseje que seu produto seja associado a uma percepção negativa de qualquer espécie ou que seus processos operacionais ou matérias-primas sejam.

Para o consumidor, restaria a dúvida, a insegurança e a instabilidade que esses conflitos acabam provocando nas informações disponíveis. Para o governo, a regulamentação ou mesmo a criação de políticas públicas são temas sensíveis e polêmicos, objetos de outras arenas de disputa em que os atores tentam defender os seus interesses, especialmente a indústria. As principais armas utilizadas nessas arenas são a argumentação e as evidências científicas, já que boa parte da resistência de um ator é mensurada por meio da qualidade delas. Consequentemente, parte do equipamento agencial recebido pelo consumidor é pré-calculado por atores que têm interesses específicos no funcionamento do mercado, o que desequilibra as relações nele contidas. Como resultado, as práticas de mercado, o que inclui as disputas discursivas, são capazes de elevar os prejuízos ao consumidor no que se refere ao seu conhecimento, o que pode contribuir para aumentar o estado de insegurança alimentar e nutricional em vários cenários e sentidos.

É possível verificar que as agências calculadoras dos atores com maior poder, carregadas de conhecimento, habilidades, técnicas, capacidade financeira e política, são capazes de afetar a agência do consumidor conforme seus interesses, tornando-o dependente do domínio delas e de seu pré-cálculo para atuarem no mercado. Ao atuarem dessa forma, os atores mais poderosos são capazes de evocar as respostas desejadas dos consumidores por meio de suas práticas de mercado. Assim, elas contribuiriam para desequilibrar as relações de poder, especialmente por meio da manipulação da informação e das práticas a ela vinculadas, como os diferentes tipos de comunicação.

Algumas contribuições adicionais residem na perspectiva de demonstrar como os mercados não são da-

dos, mas continuamente construídos por atores diversos (nutricionistas, governo, indústria, por exemplo), por meio de práticas sociotécnicas, conforme proposto por Çalışkan e Callon (2010). A análise evidencia que a prática de representação ocorre quando atores tentam definir o que é um alimento ultraprocessado (por exemplo, NOVA, discurso da indústria, guia alimentar). A prática normativa aparece nas tentativas de moldar o que deveria ser considerado saudável, adequado e aceitável no mercado alimentar. Por sua vez, a prática de transação é vista nos argumentos sobre venda, rotulagem, alegações de saudabilidade e decisões de consumo. O estudo mostra como essas três práticas se conectam e se traduzem umas nas outras (tradução/translação), performando o mercado.

Além disso, o artigo trata o termo *ultraprocessado* como um dispositivo sociotécnico performativo (Çalışkan & Callon, 2010) que afeta diretamente a formação de juízos de valor, o comportamento do consumidor e a organização do mercado. Com base em Callon e Muniesa (2005), o estudo mostra que atores como governo e indústria têm agência calculadora ampliada — equipada com poder, conhecimento técnico e dispositivos discursivos — capaz de influenciar os consumidores, que, por sua vez, têm uma agência limitada e dependente dos discursos dominantes. O estudo reforça que a disputa discursiva dificulta o entendimento do consumidor e, portanto, aumenta seus prejuízos, como discutido por Adkins e Ozanne (2005) e Shultz e Holbrook (2009). O prejuízo dá-se porque o consumidor atua em um mercado moldado por práticas conflitantes, assimétricas e muitas vezes opacas.

Isto posto, é possível considerar algumas possibilidades de estudo futuro, já que este trabalho contribuiu com uma visão parcial do tema, em consonância com a abordagem metodológica. Ainda que os estudos que contemplem os efeitos da má alimentação sejam mais frequentes na área da saúde, eles podem se tornar mais presentes na administração, já que se trata de uma área que fundamenta decisões gerenciais que afetam o mercado e a gestão pública. Entender os efeitos das práticas, as mudanças necessárias, a aproximação do mercado com um maior comprometimento com a saúde pública e os interesses sociais e ter um olhar diferenciado para o consumidor como indivíduo cidadão podem fazer a diferença. Estudos de cunho quantitativo e qualitativo podem ser realizados levando-se em consideração a perspectiva do consumidor, o que pode

ajudar a compreender o fenômeno de maneira mais profunda e complexa, bem como suas consequências para a sociedade. Além disso, outros atores podem ser considerados, como Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, a Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição, a Organização Pan-Americana da Saúde, a Organização Mundial da Saúde, a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura, a Anvisa e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

## REFERÊNCIAS

- Adkins, N. R., & Ozanne, J. L. (2005). Critical consumer education: empowering the lowliterate consumer. *Journal of Macromarketing*, 25(2), 153-162. <https://doi.org/10.1177/0276146705280626>
- Araujo, L. (2007). Markets, market-making and marketing. *Marketing Theory*, 7(3), 211-226. <https://doi.org/10.1177/1470593107080342>
- Araujo, L., Kjellberg, H., & Spencer, R. (2008). Market practices and forms: introduction to the special issue. *Marketing Theory*, 8(1), 5-14. <https://doi.org/10.1177/1470593107086481>
- Baker, S. M., Gentry, J. W., & Rittenburg, T. L. (2005). Building understanding of the domain of consumer vulnerability. *Journal of Macromarketing*, 25(2), 128-139. <https://doi.org/10.1177/0276146705280622>
- Bauer, M. W. & Gaskell, G. (2002). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som* (5 ed.). Vozes.
- Çalışkan, K., & Callon, M. (2010). Economization, part 2: research programme for the study of markets. *Economy and Society*, 39(1), 1-32. <https://doi.org/10.1080/03085140903424519>
- Callon, M. (1997). Actor-network theory: the market test (draft). In J. Law & J. Hassard (Eds.), *Actor network and after workshop* (pp. 181-195). Centre for Social Theory and Technology.
- Callon, M. (1998a). An essay on framing and overflowing: economic externalities revisited by sociology. *The Sociological Review*, 46(Supl. 1), 244-269. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1998.tb03477.x>

- Callon, M. (1998b). *The laws of the markets*. Blackwell.
- Callon, M. (2009). Elaborating the notion of performativity. *AEGIS le libellio d'*, 5(1), 1829. Recuperado de <http://lelibellio.com/libellio-vol-5-n1-printemps-2009/>
- Callon, M., & Muniesa, F. (2005). Peripheral vision: economic markets as calculative collective devices. *Organization Studies*, 26(8), 1229-1250. <https://doi.org/10.1177/0170840605056393>
- Charmaz, K. (2009). *A construção da teoria fundamentada*. Artmed.
- Clarke, A. E. (2003). Situational analyses: grounded theory mapping after the postmodern turn. *Symbolic Interaction*, 26(4), 553-576. <https://doi.org/10.1525/si.2003.26.4.553>
- Clarke, A. E. (2005). *Situational analysis: grounded theory after the postmodern turn*. Sage.
- Clarke, A. E., Friese, C., & Washburn, R. S. (2018). *Situational analysis: grounded theory after the interpretative turn* (2 ed.). SAGE.
- Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (CONSEA) (2014). *Seminário Pesquisa em SAN: Relatório Final*. CONSEA. Recuperado de [https://ceresan.net.br/wp-content/uploads/2019/01/Pesquisa\\_SAN\\_WEB.pdf](https://ceresan.net.br/wp-content/uploads/2019/01/Pesquisa_SAN_WEB.pdf)
- Dalmoro, M. (2023). Dimensões da construção do mercado de alimentos orgânicos. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 25(Ed. esp.), e1919.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2006). *O planejamento da pesquisa qualitativa* (2 ed.). Bookman.
- Kjellberg, H., & Helgesson, C.-F. (2006). Multiple versions of markets: multiplicity and performativity in market practice. *Industrial Marketing Management*, 35(7), 839-855. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2006.05.011>
- Kjellberg, H., & Helgesson, C.-F. (2007). On the nature of markets and their practices. *Marketing Theory*, 7(2), 137-162. <https://doi.org/10.1177/1470593107076862>
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press.
- Louzada, M., Ricardo, C., Steele, E., Levy, R., Cannon, G., & Monteiro, C. (2018). The share of ultra-processed foods determines the overall nutritional quality of diets in Brazil. *Public Health Nutrition*, 21(1), 94-102. <https://doi.org/10.1017/s1368980017001434>
- Louzada, M. L. C., Costa, C. S., Souza, T. N., Cruz, G. L., Levy, R. B., & Monteiro, C. A. (2021). Impacto do consumo de alimentos ultraprocessados na saúde de crianças, adolescentes e adultos: revisão de escopo. *Cadernos de Saúde Pública*, 37(Supl. 1), e00323020. <https://doi.org/10.1590/0102-311X00323020>
- Louzada, M. L. C., Cruz, G. L., Silva, K. A. A. N., Grasi, A. G. F., Andrade, G. C., Rauber, F., Levy, R. B., & Monteiro, C. A. (2023). Consumo de alimentos ultraprocessados no Brasil: distribuição e evolução temporal 2008–2018. *Revista de Saúde Pública*, 57, 12. <https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2023057004744>
- Maciel, G. N., & Leme, P. H. M. V. (2023). Construção de mercados agroalimentares: uma abordagem sob a lente teórica dos estudos de mercado construtivistas (EMC). *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 25(ed. esp.), e1997.
- Mendonça, R. D., Pimenta, A. M., Gea, A., Fuente-Arrillaga, C., Martinez-Gonzalez, M. A., Lopes, A. C. S., & Bes-Rastrollo, M. (2016). Ultraprocessed food consumption and risk of overweight and obesity: the University of Navarra Follow-Up (SUN) cohort study. *American Journal of Clinical Nutrition*, 104(5), 1433-1440. <https://doi.org/10.3945/ajcn.116.135004>
- Merabet, D. O. B. (2020). Estudos construtivistas de mercado e lógicas institucionais: proposição de um quadro analítico para uma organização do mercado brasileiro de alimentos orgânicos. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 17(3), 79-108. <https://doi.org/10.25112/rgd.v17i3.2162>
- Ministério da Saúde (2014). *Guia alimentar para a população brasileira* (2 ed.). Ministério da Saúde. Recuperado de [https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia\\_alimentar\\_populacao\\_brasileira\\_2ed.pdf?utm\\_source=referral&utm\\_medium=site+idec&utm\\_campaign=ded+guia+alimentar](https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf?utm_source=referral&utm_medium=site+idec&utm_campaign=ded+guia+alimentar)

Monteiro, C. A., Cannon, G., Lawrence, M., Costa Louzada, M. L., & Machado, P. P. (2019). *Ultra-processed foods, diet quality, and health using the NOVA classification system*. FAO. Recuperado de <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/5277b379-0a-cb-4d97-a6a3-602774104629/content>

Nestle, M. (2019). *Uma verdade indigesta: como a indústria manipula a ciência do que comemos*. Elefante.

Nøjgaard, M. Ø., & Bajde, D. (2020). Comparison and cross-pollination of two fields of market systems studies. *Consumption Markets & Culture*, 24(2), 125-146. <https://doi.org/10.1080/10253866.2020.1713112>

Oliveira, S. R. (2013). *Configuração do mercado de alimentação local: um estudo com base na teoria ator-rede* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Lavras]. Recuperado de <https://repositorio.ufla.br/items/1670ef4c-1b68-422f-bb78-112b0865b195>

Organização Pan-Americana da Saúde (2021). *Mitigação das consequências diretas e indiretas da COVID-19 sobre a saúde e o bem-estar dos jovens nas Américas*. Organização Pan-Americana da Saúde. Recuperado de [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/55304/OPASFPLHL-COVID19210037\\_por.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/55304/OPASFPLHL-COVID19210037_por.pdf?sequence=1&isAllowed=y) pdf

Rego, R. A., Vialta, A., & Madi, L. (2018). *Alimentos Industrializados: a importância para a sociedade brasileira*. ITAL.

Ricci, B. C. S. M., Brasil, V. S., & Almeida, S. O. (2020). Labelling in self-service retail: can the presented form of nutritional information on packaging increase perceptions of healthiness and purchase intention? *Brazilian Journal of Marketing*, 19(2), 427-447.

Rico-Campà, A., Martínez-González, M. A., Alvarez-Alvarez, I., Mendonça, R. D., de la Fuente-Arrillaga, C., Gómez-Donoso, C., & Bes-Rastrollo, M. (2019). Asso-

ciation between consumption of ultra-processed foods and all cause mortality: SUN prospective cohort study. *BMJ*, 365, l1949. <https://doi.org/10.1136/bmj.l1949>

Santana, M. O., Guimarães, J. S., Leite, F. H. M., Mais, L. A., Horta, P. M., Martins, A. P. B., & Claro, R. M. (2020). Analysing persuasive marketing of ultra-processed foods on Brazilian television. *International Journal of Public Health*, 65(7), 1067-1077. <https://doi.org/10.1007/s00038-020-01456-6>

Scrinis, G. (2021). *Nutricionismo: A ciência e a política do aconselhamento nutricional*. Elefante.

Shultz, C. J., & Holbrook, M. B. (2009). The paradoxical relationships between marketing and vulnerability. *Journal of Public Policy and Marketing*, 28(1), 124-127. <https://doi.org/10.1509/jppm.28.1.124>

Srour, B., Fezeu, L. K., Kesse-Guyot, E., Allès, B., Méjean, C., Andrianasolo, R. M., Chazelas, E., Deschaux, M., Hercberg, S., Galan, P., Monteiro, C. A., Julia, C., & Touvier, M. (2019). Ultra-processed food intake and risk of cardiovascular disease: prospective cohort study (NutriNet-Santé). *British Medical Journal*, 365, l1451. <https://doi.org/10.1136/bmj.l1451>

Swinburn, B. A., Kraak, V. I., Allender, S., Atkins, V. J., Baker, P. I., Bogard, J. R., Brinsden, H., Calvillo, A., Schutler, O., Devarajan, R., Ezzati, M., Friel, S., Goenka, S., Hammond, R. A., Hastings, G., Hawkes, C., Herrero, M., Hovmand, P. S., Howden, M., Jaacks, L. M., Kapetanaki, A. B., Kasman, M., Kuhnlein, H. V., Kumanyika, S. K., Larijani, B., Lobstein, T., Long, M. W., Matsudo, V. K. R., Mills, S. D. H., Morgan, G., Morshed, A., Nece, P. M., Pan, A., Patterson, D. W., Sacks, G., Shekar, M., Simmons, G. L., Smit, W., Tootee, A., Vandevijvere, S., Waterlander, W. E., Wolfenden, L., & Dietz, W. H. (2019). The global syndemic of obesity, undernutrition, and climate change: The Lancet Commission report. *Lancet*, 393(10173), 791-846. [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(18\)32822-8](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(18)32822-8)

### Como citar este artigo:

Ássimos, B. M., & Pinto, M. R. (2025). A disputa pelo domínio discursivo dos alimentos ultraprocessados sob a perspectiva dos estudos de mercado construtivistas. *Internext*, 21(1), e832. <https://doi.org/10.18568/internext.832>