

Comunicação Pública como estratégia nas políticas de combate à insegurança alimentar e à fome¹

Margarida Maria Krohling Kunsch²
Simone Denise Gardinali Navacinsk³

RESUMO

Este artigo destaca a importância da comunicação estratégica integrada, com foco na comunicação pública no contexto do INCT Combate à Fome, que defende o direito humano à alimentação adequada e chama atenção para a abrangência e questões complexas atreladas aos temas da insegurança alimentar e da fome, que demandam pesquisas científicas em uma abordagem multi e transdisciplinar. Apresenta bases conceituais de comunicação estratégica e de comunicação pública e proposições de “práxis” que foram planejadas na construção do plano estratégico de comunicação integrada, tendo como referência os objetivos gerais e específicos deste INCT. O estudo adotou como metodologia a pesquisa exploratória a partir de revisão bibliográfica e de dados secundários disponíveis.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação pública; comunicação estratégica; políticas públicas; interesse público; fome e insegurança alimentar.

Introdução

¹ Trabalho apresentado no GT 4 - Comunicação Pública, Cidadania, Educação e Meio Ambiente, no III Congresso Brasileiro de Comunicação Pública: emergência climática e direito à informação, realizado de 20 a 22 de outubro de 2025, em São Cristóvão/SE.

² Professora emérita e pesquisadora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), da qual foi diretora de 2013 a 2017. Doutora em Ciências da Comunicação e livre-docente em Teoria da Comunicação Institucional: Políticas e Processos, pela ECA-USP. Coordenadora do Centro de Estudos de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Cecorp) e do Observatório de Comunicação, Responsabilidade Social e Sustentabilidade (SustenCOM) da ECA-USP. Foi Pró-Reitora Adjunta de Cultura e Extensão da Universidade de São Paulo (2018-2021). Pesquisadora vinculada ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Representante de área de Comunicação e Informação no Comitê Assessor (CA-AC) do CNPq (2019 -2022). Coordenadora do Eixo Comunicação e Difusão Científica – INCT/CNPq Combate à Fome – Estratégias e políticas públicas para a realização do direito humano à alimentação adequada (2022-2027); E-mail: mkkunsch@uol.com.br.

³ Pós-doutoranda pelo Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo - IEA/USP do INCT/CNPq Combate à Fome – Estratégias e políticas públicas para a realização do direito humano à alimentação adequada (2022-2027), com bolsa de pós-doutorado pelo CNPq- Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico; Membro do Eixo Comunicação - supervisão científica: Profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch; Pós-doutorado pelo Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo – IEA/USP –supervisora científica: Profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch – Grupo de Trabalho USP Políticas Públicas de Combate à Insegurança Alimentar e à Fome (2022-2023); Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP; E-mail: simone.navacinsk@gmail.com.

O INCT-CNPq Combate à Fome⁴ considera que a fome é um problema complexo, que não é natural e nem aceitável. Decorrente de um caráter estrutural e multicausal, tem impactos diretos sobre diferentes aspectos da vida social (INCT, 2025).

A insegurança alimentar, em seus diversos níveis, tem conexão com todos os estágios de atividades dos sistemas alimentares, que necessitam de soluções sustentáveis e justas. A partir do crescimento progressivo dos índices de insegurança alimentar e da fome, em paralelo aos índices alarmantes de doenças crônicas e de desafios sem precedentes, como as mudanças climáticas, tem-se ampliado o olhar para as relações entre alimentação e saúde, envolvendo não somente a saúde humana, mas também a saúde planetária.

Desta forma, diante de tantas perspectivas a serem problematizadas e investigadas, surge no final de 2022, aprovado pelo CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico⁵, o projeto INCT Combate à Fome, que está sedimentado no pressuposto de sistemas alimentares sustentáveis e no princípio do Direito Humano à Alimentação Adequada. Seu objetivo central é avaliar e propor estratégias e políticas públicas para a segurança alimentar, e está estruturado a partir de cinco eixos de pesquisa: Saúde e Nutrição, Inteligência Artificial, Políticas Públicas, Cadeia de Valor e Comunicação e Difusão, contando com pesquisadores das mais diversas áreas do conhecimento, provenientes de universidades e instituições brasileiras e internacionais.

Existem diversos atores empenhados em trabalhar essas questões, com destaque aos pesquisadores envolvidos no INCT Combate à Fome. Porém, faz-se necessário que a produção de conhecimento científico ocorra de forma conectada com os diversos atores envolvidos nas questões acima mencionadas, em uma dimensão público-social na busca por soluções concretas, cocriadas coletivamente, influenciando a tomada de decisões, a criação ou revisão de políticas públicas e a mudança de hábitos de consumo, por exemplo.

⁴ INCT Combate à Fome: estratégias e políticas públicas para a realização do direito humano à alimentação adequada – Abordagem transdisciplinar de sistemas alimentares com apoio de Inteligência Artificial (NOME COMPLETO). Está sediado na Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo, site <https://www.fsp.usp.br/inct-combate-a-fome/>. Acesso em: 06 out. 2025.

⁵ CNPq - Programa Institutos Nacionais de Ciência e Tecnologia – chamada no. 58/2022.

Na dimensão do campo da Comunicação, temos verificado por meio de pesquisas que a comunicação não tem sido utilizada de forma estratégica para promover uma comunicação dialógica e uma difusão da ciência, inovação e tecnologias geradas nos centros de investigação relacionados às questões de insegurança alimentar, desnutrição, fome e paradoxalmente obesidade, sistemas alimentares, produção sustentável no Brasil, novas tecnologias e inteligência artificial, bem como não tem promovido o debate para a criação e divulgação de políticas públicas embasadas em ciência.

A comunicação é chave para promover o diálogo entre esses diferentes atores. Acredita-se que a comunicação estratégica integrada, impulsionada pela perspectiva da Comunicação Pública, que tem como premissa o interesse público e o fortalecimento da cidadania, poderá promover o debate público, impactar poderes públicos, organizações, iniciativa privada, instituições e a sociedade civil para promoção de qualidade de vida, desenvolvimento socioeconômico e justiça social.

Este artigo decorre do projeto de pesquisa “Comunicação estratégica na dimensão público-social”, do Eixo Comunicação e Difusão Científica para Ciência Cidadã, do INCT⁶, que tem como objetivos contribuir com os estudos do campo da comunicação, evidenciando a importância da comunicação estratégica aplicada a questões públicas e cidadania, com foco na Comunicação Pública, e que se soma às práticas da Educomunicação, da Difusão e Divulgação Científicas e de Publicidade e Consumo, com pesquisas e ações voltadas ao letramento e debates em uma perspectiva dialógica, que poderão contribuir para a ciência cidadã, que tem como pressuposto a participação efetiva e o intercâmbio do conhecimento entre os cidadãos, as universidades, as organizações, como produtoras de ciência voltada às questões dos sistemas alimentares e suas conexões.

Como citado anteriormente, o foco deste artigo foi realizar um estudo exploratório dos conceitos de comunicação estratégica e de comunicação pública, e de suas possíveis práticas, para construção de um plano estratégico de comunicação integrada

⁶ Eixo Comunicação e Difusão Científica para Ciência Cidadã – INCT Combate à Fome (Coordenação – Profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch). O projeto de pesquisa mencionado está sendo desenvolvido pela pesquisadora de pós-doutorado, Simone Denise Gardinali Navacinsk, sob orientação da Profa. Margarida Kunsch, pelo Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo.

que possa atender aos objetivos gerais e específicos do INCT e de seus cinco eixos de pesquisa.

Como um dos resultados principais do Eixo Comunicação, conforme proposto no plano de pesquisa inicial, foi desenvolvido um plano estratégico de comunicação organizacional integrada, na perspectiva da Comunicação Pública, que foi iniciado em 2023 e concluído em 2024, e que vem sendo atualizado, em paralelo à implantação de várias pesquisas, projetos, ações comunicacionais voltados às várias áreas da Comunicação adotadas, e que serão resumidamente apresentadas neste artigo, como análise descritiva da implantação do plano.

1. Metodologia

A metodologia adotada para este artigo foi realizar um estudo exploratório a partir de revisão bibliográfica e de dados secundários disponíveis sobre os temas centrais do INCT, fome e insegurança alimentar, a partir de órgãos nacionais e internacionais, bem como da área de comunicação estratégica e de comunicação pública, tendo como base autores e veículos clássicos dessas áreas. Foi utilizada também a pesquisa documental com dados secundários para analisar referências de práticas de *advocacy* na construção de políticas públicas em rede desenvolvidas por outros atores.

2. Contextualização

A oportunidade de pesquisa apresentada pelo INCT Combate à Fome é ímpar no que diz respeito à relevância de sua proposição, pois coloca à tona um problema histórico enfrentado no Brasil: a fome e todo o seu entorno, tal como a insegurança alimentar e seus diversos graus, a obesidade, os sistemas alimentares sustentáveis e insustentáveis de produção e acesso à alimentação, a falta de gestão e de dados de políticas públicas que possam atender e alcançar o país como um todo quanto ao direito à alimentação, dicotomias tão presentes e tão complexas, que demandam visão multi e transdisciplinar para serem compreendidas e ultrapassadas pelo imprescindível trabalho da Ciência, vinculada às universidades, instituições, governo, sociedade etc.

No levantamento dos primeiros dados disponíveis em 2022 e 2023 no primeiro período de vigência do Instituto, segundo inquéritos desenvolvidos pela Rede PENSSAN

(2021, apud CAMPELLO, 2021) em dezembro de 2020, o Brasil detinha 55,2% da população em situação de insegurança alimentar, e dentre esses, 19 milhões enfrentavam a fome como desafio.⁷

Em um novo Inquérito de 2022, durante a Pandemia da COVID 19 este número cresceu ainda mais: 33,1 milhões de pessoas estavam em insegurança alimentar grave, não tinham o que comer; um total de 14 milhões de novos brasileiros em situação de fome um ano após a primeira pesquisa (REDE PENSSAN, 2022).⁸

Em julho de 2023, o relatório anual SOFI – O Estado da Segurança Alimentar e Nutrição no Mundo -, organizado por cinco agências das Nações Unidas (FAO, FIDA, UNICEF, WFP e OMS) revelou um decréscimo nesses números. No Brasil, à época, havia 21,1 milhões de pessoas em insegurança alimentar grave, pessoas que não têm comida todos os dias, e 70,3 milhões em insegurança alimentar grave ou moderada, em uma estimativa superior à média centro-americana, que tinha 60,9 milhões (G1. GLOBO.COM, 2023; AMERICA ECONÓMICA, 2023).

Segundo outra pesquisa em 2023, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua), 27,6% (ou 21,6 milhões) de domicílios estavam em situação de insegurança alimentar, sendo 18,2% com insegurança alimentar leve, 5,3% com insegurança alimentar moderada e 4,1% com insegurança alimentar grave (a fome esteve presente em 3,2 milhões de domicílios brasileiros em 2023). A pesquisa também apontou diferenças regionais marcantes: o percentual de insegurança alimentar grave é maior nas regiões Norte (7,7%) e Nordeste (6,2%) do país (IBGE, 2024).⁹

⁷ Rede PENSSAN (Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional) - Insegurança alimentar e Covid-19 no Brasil – VIGISAN – Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil, 2021. Disponível em: <https://pesquisassan.net.br/olheparaafome/>. Acesso em: 06 out. 2025.

⁸ Rede PENSSAN (Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional) - Insegurança alimentar e Covid-19 no Brasil – VIGISAN – 2º. Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil. 2022. Disponível em: <https://pesquisassan.net.br/2o-inquerito-nacional-sobre-inseguranca-alimentar-no-contexto-da-pandemia-da-covid-19-no-brasil/>. Acesso em: 06 out. 2025.

⁹ IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Diretoria de Pesquisas. Coordenação de Pesquisas por Amostra de Domicílios. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: Segurança alimentar 2023. 2024. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2102084>. Acesso em 06 out. 2025.

Os números atuais de 2025, segundo a FAO, revelam que o Brasil saiu novamente do Mapa da Fome. Menos de 2,5% da população está sob risco de subalimentação, houve uma redução de 6,6% entre 2021 e 2023 para 3,4% no último triênio (2022-2024), 7 milhões de pessoas deixaram essa situação de insegurança alimentar grave (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2025).

Em contrapartida, e paradoxalmente, muitos desafios se interconectam a estes dados promissores: pesquisas recentes apontam que 68% da população estão com excesso de peso e 31% desses, com obesidade, segundo o Atlas Mundial da Obesidade, que revela ainda que este problema é responsável por doenças crônicas, como diabetes, cânceres etc. (G1.GLOBO.COM, 2025).

Destacamos também outras questões que se colocam na atualidade atreladas ao tema da fome e da insegurança alimentar, temas centrais do INCT Combate à Fome: mudanças ou eventos climáticos, a evolução contínua em escala da produção de alimentos no Brasil, através do agronegócio, sistemas alimentares sustentáveis, modelo de progresso etc.

“Em meio a emergência climática, o que pode ser considerado progresso?” Este é o título de uma matéria do Jornal da USP, veiculada em julho de 2025, propondo um debate entre economistas e intelectuais sobre alternativas à lógica da acumulação, baseada a um modelo de produção na exploração contínua de recursos naturais finitos. Tibile propõe como perspectiva o “decrescimento econômico”, com a criação de novos modos de vida rompendo a fantasia do produtivismo; Veiga propõe o “desacoplamento”, a reformulação profunda do pensamento econômico, considerando que o problema não é o crescimento em si, mas a ausência de critérios sobre o que deve ou não crescer e o que, na economia, precisa decrescer (JORNAL DA USP, 2025).

Nesta perspectiva da importância da pesquisa científica como propulsora de desenvolvimento público-social, e diante de tantos debates que estão ligados a todas as áreas do conhecimento, vemos no projeto INCT Combate à Fome uma nova perspectiva de ampliação de resultados de pesquisas promissoras para alteração do contexto atual em relação ao tema da insegurança alimentar e fome e toda a sua complexidade, e a importância da comunicação pública estratégica para a construção de espaços dialógicos

e democráticos que possam promover políticas públicas que atendam ao interesse público e à qualidade de vida, igualdade social, na dimensão público-social.

3. A Comunicação como fator estratégico

A Comunicação Organizacional deve ser entendida de forma abrangente e como um fenômeno e um processo comunicativo em constante interação entre as organizações e seus interlocutores como públicos estratégicos, e está totalmente atrelada à própria dinâmica da sociedade. Os relacionamentos públicos ocorrem em um contexto amplo e complexo, especialmente na era digital, e estão diretamente ligados a fatores externos do macroambiente, como o social, econômico, cultural, político, ecológico, tecnológico, que interferem na vida das pessoas, das organizações, das instituições etc. (KUNSCH, 2016).

A Comunicação clássica (e ainda vigente), tática, técnica, operacional, instrumental, não responde às expectativas e necessidades das organizações, instituições, públicos, stakeholders, neste novo cenário socioeconômico, político, tecnológico. Faz-se necessário substituir a linearidade instrumental-gerencialista por uma visão mais ampla e crítica da comunicação nas instituições públicas e organizações.

Novas demandas se apresentam como desafios para as organizações, como responsabilidade social pública, desenvolvimento sustentável, objetivos do desenvolvimento sustentável, *accountability*, ética, diversidade, que devem ser observadas e incorporadas aos comportamentos e processos organizacionais e exigem uma Comunicação Organizacional estratégica.

Este pensamento estratégico em Comunicação se estabelece por meio de um processo com funções e atividades ligadas à pesquisa, planejamento, gestão etc., sempre em consonância com outras áreas da organização ou instituição e com o comprometimento de suas lideranças (KUNSCH, 2016, 2003).

As novas necessidades de Comunicação em uma dinâmica dialógica exigem ações comunicativas resultantes de um processo de planejamento estratégico, fundamentado em análises e interpretação de cenários, pesquisas e auditorias com conhecimento da organização como um todo.

Com um plano estratégico de Comunicação bem sistematizado e alinhado com os princípios organizacionais, a área da Comunicação deixa de ter uma função meramente tática e instrumental e passa a ser considerada estratégica. Torna possível assim agregar valor às organizações, ajudando-as no cumprimento de sua missão, na consecução dos objetivos globais, na fixação pública dos seus valores e nas ações para atingir seu ideário de visão no contexto de uma perspectiva de mundo, sob a égide dos princípios éticos (KUNSCH, 2016).

A materialização do planejamento se dá por meio de um plano estratégico de Comunicação, instrumento proveniente de todo o processo do ato de planejar, que tem como objetivos fazer o diagnóstico estratégico da organização e definir as grandes diretrizes e estratégias de Comunicação (KUNSCH, 2003). A Comunicação Estratégica utiliza aportes teóricos e metodológicos de planejamento estratégico participativo e é intencional e estruturada por políticas, estratégias, visão de mundo e princípios.

Desta forma, diante da relevância dos trabalhos e da proposta do INCT Combate à Fome, da multiplicidade de stakeholders que circulam em torno deste projeto, como os parceiros, governos, instituições, empresas, universidades e sociedade civil, acreditamos que o campo da Comunicação poderá efetivamente colaborar para desenvolver um plano estratégico de comunicação integrada, alinhado às necessidades prementes de interação, diálogo, debate, difusão, reflexão, para promover uma ciência cidadã inclusiva, capaz de impulsionar a obtenção de resultados efetivos para os objetivos propostos pela Instituição.

3.1. A Comunicação Pública como fator estratégico para o interesse público e para o bem-estar público-social

As organizações e instituições cada vez mais devem assumir a sua missão central de produzir e promover o bem-estar público-social, nos diversos níveis que isso possa alcançar, de forma legítima, em uma nova perspectiva, utilizando como base uma comunicação de excelência, voltada ao interesse público, à qualidade de vida e às novas demandas sociais, econômicas, ambientais, culturais etc.

Segundo Kunsch, em artigo recentemente publicado no Jornal da USP:

A comunicação pública da ciência nas universidades e nos institutos/centros de pesquisa constitui um fator estratégico de difusão do conhecimento novo gerado para as transformações na sociedade. [...]



As pesquisas científicas e os novos conhecimentos gerados nas universidades e nos centros especializados de investigação, relacionados com a questão da alimentação, da insegurança alimentar, da desnutrição e do combate à fome, necessitam ser mais democratizados e contribuir para as transformações sociais (KUNSCH, 2025).

Devemos reconhecer a importância da Comunicação Pública como processo de entendimento, de análise, de troca, de interação, que promova o relacionamento, o questionamento, o compartilhamento de informações e ideias, em uma rede complexa de atores e de meios, voltada para o interesse público.

Para Duarte “comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável” (DUARTE, 2007, p.61). Segundo o autor é também estímulo a uma democracia participativa, onde o cidadão é um agente ativo no processo comunicativo (DUARTE, 2024).

Kočouski (2013, p. 54) considera a Comunicação Pública como estratégia ou ação comunicativa direcionada ao interesse público, a partir de um agente que tem a responsabilidade de reconhecer e atender o direito que os cidadãos têm à informação e à participação em assuntos de relevância para a condição humana ou para a vida em sociedade. Tem como objetivos promover a cidadania e mobilizar o debate de questões relativas à coletividade e, em estágios mais avançados, promover negociações e consensos.

Desta forma, inserem-se no espaço público vários sujeitos públicos, privados, privados sociais, que tem como objetivo defender o interesse geral, o bem comum. Neste ambiente ou contexto, surge o *welfare community* (D’AMBROSI, GIARDINA¹⁰, 2006, apud HASWANI, 2011).

A comunicação pública representa uma intenção de instaurar processos e práticas políticas através de uma “rede, simbolicamente constituída, a partir de temas relevantes para o interesse público, de caráter transitório ou permanente, assumidos por

¹⁰D’AMBROSI, Lúcia. GIARDINA, M. Valentina. **Amministrazione pubblica e partecipazione**. Roma: Carocci, 2006.

empresas privadas, organizações não-governamentais, instituições públicas etc.” (KUNSCH, 2011, p.15).

É a que assume a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo. Diz respeito ao diálogo, à informação e ao relacionamento cotidiano das instituições públicas com o cidadão. Destina-se a garantir o exercício da cidadania, o acesso aos serviços e às informações de interesse público, a transparência e a prestação de contas. Ela ocorre no ambiente de informação e interação envolvendo Estado, Governo e Sociedade Civil e zela pelos princípios constitucionais e democráticos (MEDEIROS, CHIRNEV, 2021).

A partir do percurso teórico realizado por Rothberg em torno da literatura brasileira sobre Comunicação Pública, o autor considera que CP se refira a:

[...] uma comunicação que não é refém da propagação planejada de interesses particulares, sejam eles de grupos políticos ou elites econômicas, ao mesmo tempo disfarçando-se de comunicação de interesse público. Essa expressão – interesse público – não é de apreensão pacífica, mas pode ser usada como equivalente, em linhas gerais, ao interesse coletivo no sucesso de políticas públicas que busquem justiça social e sejam capazes de reduzir as enormes desigualdades sociais, econômicas e políticas nos campos de saúde, educação, trabalho, previdência social etc. (ROTHBERG, 2024, p. 38).

Reforça que deve ser uma comunicação que possa permitir construção de esferas públicas, e que as diversas perspectivas em jogo na luta política se baseiem em igualdade, fidedignidade e contextualização adequada. Ele ainda defende:

[...] que proporcione a expressão e a visibilidade necessárias às variadas demandas existentes na sociedade, de modo a favorecer o diálogo ético e respeitoso entre os numerosos atores; que faça jus à complexidade da gestão pública, de modo a caracterizar os dilemas e desafios envolvidos na realização de diagnósticos de ação, na determinação de critérios de eficiência, eficácia e efetividade diante das diferentes expectativas dos vários segmentos sociais, na avaliação precisa de resultados e implementação de correções de rota etc.” (ROTHBERG, 2024, p. 38).

Jaramillo López et al. (2004) define a comunicação pública a partir da lente harbemasiana, pois ela se dá na esfera pública, como lugar de convergência das diferentes vozes que compõem a sociedade. Segundo ele:

Entiendo aquí la comunicación pública como aquella que refiere al propósito de participar en el acontecer de la vida pública de la sociedad, trátase de acciones comunicativas con incidencia en asuntos de interés

colectivo desde el gobierno u otras entidades del Estado, del involucramiento de la sociedad civil y del sector privado en este tipo de asuntos, de la discusión mediática o, en el entorno digital, del individuo que interviene en la conversación pública. Esto es, la comunicación que sucede en la esfera pública con el gran propósito de establecer interlocución entre algún sector o con la sociedad en su conjunto para tratar temas que atañen al interés común (JARAMILLO LÓPEZ, 2004).

Para Matos, a esfera pública é um conjunto de espaços físicos e imateriais onde os agentes sociais podem viabilizar a participação em um processo de comunicação pública. Defende que é necessária a construção de “uma cultura (cívica e comunicacional) do que seja público e do valor deste público. Uma cultura que capacite os agentes a instituírem-se como comunicadores públicos na esfera pública”. (MATOS, 2012, p. 53)

Sabendo que a fome e a insegurança alimentar são problemas complexos, com caráter estrutural e multicausal, de natureza política e econômica, e por ser de interesse público, defende-se a Comunicação Pública como ação estratégica para promover o debate e o diálogo em esferas públicas entre os diversos atores sociais para disseminar a complexidade de aspectos que estão em torno dos temas defendidos pelo INCT Combate à Fome e que atingem o interesse público-social.

3.2 Atuação em Rede

No contexto da Comunicação Pública, com o objetivo de ampliar o debate e a incidência política, o Eixo Comunicação desenvolveu um plano de *advocacy*, a fim de que novas propostas de políticas públicas (ou a revisão ou ampliação delas) possam ser discutidas e efetivamente implantadas em torno das questões centrais que regem o INCT Combate à Fome.

A palavra *advocacy* pertence à mesma família de advogar, e está vinculada à defesa de políticas públicas de grande impacto social. Na falta de palavra equivalente em português, a expressão “advocacia política” tem sido empregada, mesmo esporadicamente, no lugar de *advocacy*. No idioma espanhol é traduzida pela expressão “incidência política” e quer dizer pressão política. (DUARTE, LUCIARA VERAS, 2006)

Jaramillo López (2011) defende o conceito de *advocacy*, termo inglês que propõe “defender uma causa”, como “promover políticas”. *Advocacy* é uma ação de

comunicação e de comunicação pública, pois tem por missão a prática de convocação e de construção de propósitos comuns relativos a assuntos de interesse coletivo, de interesse comum.

Para ele a criação de uma política pública não é apenas uma ação política e sim também uma ação comunicativa.

[...] como um mecanismo que atende e dinamiza o princípio da publicidade, e como um exercício de comunicação pública que admite acordos, consensos e compromissos, determina e dá caráter à participação cidadã. Utiliza-se a metáfora do efeito da “távola redonda” para se referir ao diálogo amplo, horizontal e inclusivo que esse exercício democrático demanda tanto na deliberação pública quanto nos espaços diretos de participação (JARAMILLO LÓPEZ, 2024).

Tem-se observado algumas iniciativas provenientes de organizações da sociedade civil para construção (ou revisão) de políticas públicas a partir de redes de atores, de ações de advocacy, provenientes de várias instituições e setores da sociedade, legislativo federal e poder executivo, como divulgado nas redes sociais (Instagram) do projeto Pacto contra a Fome, “Agenda Nacional #DaPolíticaAoPrato”, que contou com a participação de especialistas e 18 organizações da sociedade civil para o debate e incidência sobre os grandes temas complexos que envolvem a segurança alimentar, agricultura familiar, alimentação escolar, resiliência climática, perdas e desperdícios de alimentos, vulnerabilidade social etc. Mais de 1.900 projetos de lei foram levantados, 208 analisados em profundidade e 7 propostas foram encaminhadas, com dados e evidências.

¹¹ Como ilustração, seguem dois posts publicados recentemente em 2025.

FIGURA 1 – Postagem Instagram: @pactocontrafome

¹¹ Pacto Contra a Fome é um projeto que atua junto a governos, Academia, sociedade civil

l, imprensa e setor privado para atuação em torno da garantia à alimentação adequada para todas e todos. Website: <https://pactocontrafome.org/>. Disponível em: <https://www.instagram.com/pactocontrafome/>. Acesso em 04 out. 2025.



Fonte:

https://www.instagram.com/p/DPPSVibEdi1/?img_index=1&igsh=Mm9ieW45bDF1cnM%3D

FIGURA 2 – Postagem Instagram: @pactocontrafome



Fonte: <https://www.instagram.com/pactocontrafome/reel/DN8U0JPETO0/>

Vemos no INCT, por ser organizado por uma rede de atores dos mais diversos tipos de instituições, com possibilidade de participação direta da sociedade civil, um espaço público e uma oportunidade de protagonismo para, por meio de suas inúmeras pesquisas, estruturadas em diversos eixos, alavancar debates e deliberações em torno de ações de *advocacy* para a criação (ou revisão) de políticas públicas que possam trazer qualidade de vida, redução de desigualdades e transformação para uma sociedade mais justa e igualitária. O cenário político aponta para possibilidades de convergência entre o público e o social.

A seguir, será apresentado resumidamente para análise, os projetos, pesquisas, ações comunicacionais e o resumo do Plano de *Advocacy* que foram planejados para o

Plano estratégico de comunicação do INCT Combate à Fome em torno dos seus objetivos e propósitos.

3.3. Eixo Comunicação e Difusão Científica para Ciência Cidadã – Plano estratégico de comunicação organizacional integrada

Na perspectiva de um pensamento voltado para a Comunicação Estratégica, e como um dos resultados principais do Eixo Comunicação e Difusão Científica para Ciência Cidadã do Instituto, conforme proposto no plano de pesquisa inicial, foi desenvolvido em 2023 e 2024 um plano estratégico de comunicação organizacional integrada, na perspectiva da comunicação pública como foco central, que vem sendo implantado em várias fases, em paralelo às várias pesquisas, projetos de extensão, ações comunicacionais voltados às várias áreas da Comunicação adotadas, que prevê alcançar seus objetivos e metas somando-se a outras práticas de Comunicação voltadas às subáreas da Educomunicação, Publicidade e Consumo e Difusão e Divulgação Científicas, que foram também adotadas pelo Plano Estratégico. Segue abaixo para análise:

PROJETOS, PESQUISAS, AÇÕES COMUNICACIONAIS	DESCRIÇÃO RESUMIDA
PLANO ESTRATÉGICO estudo exploratório para escolha da melhor metodologia para desenvolvimento do plano e de todas as fases necessárias	<ul style="list-style-type: none"> • Metodologia adotada (KUNSCH, 2003); • Desenvolvimento do plano entre final de 2023 e dezembro de 2024, com atualizações em 2025 a partir de novas descobertas e necessidades (80 páginas); • Definição dos Princípios Organizacionais INCT.
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL disseminação, acesso a públicos de interesse, construção de redes	<ul style="list-style-type: none"> • Site INCT (conteúdos apresentados abaixo no item 3.3.1); • Redes Sociais (Instagram, Youtube, LinkedIn, Facebook); • Relacionamento e Assessoria de Imprensa para divulgação de notícias, projetos, pesquisas do INCT Combate à Fome; • Desenvolvimento de produtos audiovisuais (Podcasts, Vídeos etc.).
CALENDÁRIO DE EVENTOS PARA DEBATES, CONSTRUÇÃO DE CONHECIMENTO, CONSTRUÇÃO DE REDES NACIONAIS E INTERNACIONAIS construção de redes e territórios para desenvolvimento de pesquisas, projetos de extensão, ações comunicacionais compartilhadas	<ul style="list-style-type: none"> • Simpósios anuais INCT Combate à Fome; • Seminários temáticos dos cinco eixos do INCT Combate à Fome; • Conferências e eventos institucionais ou em conjunto com rede de parceiros; • Seminários Eixo Comunicação para construção de parcerias, aprofundamento de temáticas e estratégias. <p>LINK: https://www.fsp.usp.br/inct-combate-a-fome/eventos/</p>
EDUCOMUNICAÇÃO práxis educomunicação para construção de conhecimento e produção de ações comunicativas referentes aos temas centrais do INCT Combate à Fome	<ul style="list-style-type: none"> • Realização de oficinas de Educomunicação junto a territórios escolares e públicos de interesse do projeto INCT etc.

PUBLICIDADE E CONSUMO práxis publicidade e consumo para construção de conhecimento e produção de ações comunicativas referentes aos temas centrais do INCT Combate à Fome	<ul style="list-style-type: none"> Realização de oficinas de temáticas voltadas à “Publicidade e Consumo” junto a territórios escolares, periferias, comunidades tradicionais e públicos de interesse do projeto INCT etc.
DIFUSÃO E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICAS práxis difusão científica para construção de conhecimento e produção de ações comunicativas referentes aos temas centrais do INCT Combate à Fome	<ul style="list-style-type: none"> Produção de artigos de pesquisadores dos cinco eixos do INCT para disseminação do conhecimento junto a veículos de imprensa, sites, revistas e meios de comunicação de parceiros etc.; Realização de oficinas de jornalismo científico junto a públicos de interesse do projeto INCT, em periferias etc.; Implantação de Rádio WEB – Rádio.me para difusão de conhecimento; Produção audiovisual (vídeos e podcasts) para difusão científica; Proposta de formação de profissionais de comunicação em torno dos temas INCT (disciplina pós-graduação USP).
COMUNICAÇÃO PÚBLICA plano de <i>advocacy</i> para o INCT Combate à Fome	<ul style="list-style-type: none"> Será apresentado abaixo no item 3.3.3 - infográfico que resume a proposta do Eixo Comunicação para as ações de <i>advocacy</i>, a partir de 2026.
APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS	<ul style="list-style-type: none"> Trabalhos científicos dos pesquisadores do Eixo Comunicação, bem como apresentação da proposta do Eixo em diversos eventos nacionais e internacionais; Trabalhos científicos dos pesquisadores dos diversos eixos do INCT, bem como apresentação da proposta INCT em diversos eventos nacionais e internacionais.
AVALIAÇÃO DE RESULTADOS - ACCOUNTABILITY Relatórios, anuários INCT Combate à Fome	<ul style="list-style-type: none"> Colaboração na produção de documentos anuais, com resultados de pesquisas e ações dos cinco eixos do Instituto (conteúdos descritos no item 3.3.2).

Elaborado por Simone Denise Gardinali Navacinsk

3.3.1 Site INCT

Convergência de toda produção do INCT, dos eixos de pesquisa, notícias, histórico, instituições participantes, plano de gestão, política de relacionamento, divulgação científica, atividades de formação e ensino, eventos, publicações INCT (positions papers, relatórios, anuários, anais de eventos etc.), INCT na Mídia etc. (Link: <https://www.fsp.usp.br/inct-combate-a-fome/>).

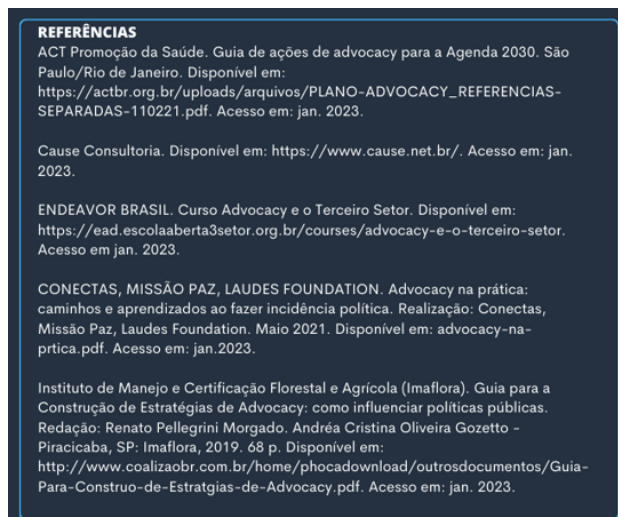
*OBS: os conteúdos do quadro acima estão presentes no site institucional INCT.

3.3.2 Anuários

Avaliação de resultados, pesquisas, projetos realizados anualmente em torno dos cinco eixos do INCT Combate à Fome. (Link: https://www.fsp.usp.br/inct-combate-a-fome/wp-content/uploads/2025/09/Anuario-INCT-Combate-a-Fome-2025_final.pdf)



FIGURA 4 – Referências do Plano de Advocacy



Elaborado por Simone Denise Gardinali Navacinsk

4. Algumas Considerações

A comunicação deverá ser um processo constante, permanente, dialógico, monitorado, de natureza democrática, público-social, envolvendo atores de todos os setores da sociedade a fim de possibilitar processos educativos e políticos para o alcance dos objetivos propostos pelo INCT Combate à Fome.

Por outro lado, verifica-se que as pesquisas, projetos, ações comunicacionais que vêm sendo implantadas a partir de 2023 são possibilidades concretas de construção de redes, parcerias para efetivamente superar lacunas de conhecimento e de acesso às informações, bem como para novas práticas de comunicação pública voltadas para o *advocacy* que percorram e atinjam um espectro mais amplo em torno da complexidade do projeto, tornando possível o grande objetivo do Eixo Comunicação do Instituto, o protagonismo para um debate qualificado que tenha como resultado políticas públicas que garantam o direito à alimentação adequada, a justiça social e a superação de desigualdades sociais.

A partir de 2026 e 2027 estão planejadas a continuidade de pesquisas e projetos voltados às várias áreas da Comunicação, com central esforço para a Comunicação Pública, que tem por objetivos intensificar debates, difusão, processos educativos para a

implementação do plano de *advocacy*, a fim de atendermos ao propósito, aos objetivos e metas dos cinco eixos do INCT Combate à Fome, a revisão e proposição de políticas públicas voltadas ao direito humano à alimentação adequada.

REFERÊNCIAS

AMERICA ECONÓMICA. Brasil tiene más de 21 millones de personas sin ingresos para comer a diario. 12 jul. 2023. Disponível em: <https://americaeconomica.com/noticia/brasil/brasil-tiene-mas-de-21-millones-de-personas-sin-ingresos-para-comer-a-diario.html>. Acesso em: 02 out. 2025.

CAMPELLO, Tereza. É necessário enfrentar e é possível superar a fome de novo. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling; MACHADO, Maria Aparecida de Andrade Moreira. (org.). **Políticas Públicas para o combate à fome**. São Paulo: Pró-Reitoria de Cultura e Extensão Universitária, 2021, p 31-48. e (livro eletrônico). Disponível em: <https://prceu.usp.br/noticia/livropoliticascaontraafome/>. Acesso em: 05 out. 2025.

D'AMBROSI, Lúcia. GIARDINA, M. Valentina. **Amministrazione pubblica e partecipazione**. Roma: Carocci, 2006.

DUARTE, J. Instrumento de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

DUARTE, Jorge. Dossiê 45: Comunicação pública e cidadania. **ORGANICOM - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Paulo: ECA-USP, v.21, n.45, mai/ago. 2024. Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/225272>. Acesso em: 06 out. 2025.

DUARTE, Jorge; LUCIARA VERAS (Org). **Glossário de Comunicação Pública**. Brasília: Casa das Musas, 2006. Disponível em: <https://abcpublica.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Glossario-Com-P%C3%BABlica-Iesb-2006.pdf>. Acesso em: 02 out. 2025.

G1. GLOBO.COM. Brasil tem mais de 21 milhões de pessoas que não têm o que comer todos os dias e 70,3 milhões em insegurança alimentar, diz ONU. 12 jul. 2023. Economia. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/07/12/brasil-tem-101-milhoes-de-brasileiros-passando-fome-e-703-milhoes-em-inseguranca-alimentar-aponta-onu.ghtml>. Acesso em 02 out. 2025.

G1.GLOBO.COM. Obesidade atinge um em cada três brasileiros em 2025. 27 mar. 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/especial-publicitario/clinica-impact/noticia/2025/03/27/obesidade-atinge-um-em-cada-tres-brasileiros-em-2025.ghtml>. Acesso em 05 out. 2025.

HASWANI, Mariângela Furlan. Comunicação pública 360 graus e a garantia de direitos. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (org). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul (SP), 2011.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Diretoria de Pesquisas. Coordenação de Pesquisas por Amostra de Domicílios. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: Segurança alimentar 2023. 2024. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2102084> . Acesso em 06 out. 2025.

INCT Combate à Fome. Disponível em: <https://www.fsp.usp.br/inct-combate-a-fome/>. Acesso em: 06 out. 2025.

JARAMILLO LÓPEZ, Juan Camilo et al. **Modelo de comunicación pública organizacional e informativa para entidades del estado (MCPOI)**. Bogotá, USAID/Casals & Associates Inc., 2004. Disponível em: <https://www.tjdf.jus.br/institucional/imprensa/noticias/arquivos/96903502-modelo-de-comunicacion-publica-organizacional.pdf> . Acesso em 05 out. 2025.

JARAMILLO LÓPEZ, Juan Camilo. Advocacy: uma estratégia de comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida Maria. Krohling (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul (SP): Difusão, 2011. p. 61-80.

JARAMILLO LÓPEZ, Juan Camilo. O efeito da tábua redonda comunicação e política pública. **ORGANICOM - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Paulo, Brasil, v. 21, n. 45, p. 287–296, 2024. Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/225272> . Acesso em: 06 out. 2025.

JORNAL DA USP. Em meio a emergência climática, o que pode ser considerado progresso? Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/em-meio-a-emergencia-climatica-o-que-pode-ser-considerado-progresso/> Acesso em: 06 out. 2025.

KOÇOUSKI, Marina. Comunicação pública: construindo um conceito. In: MATOS, Heloiza (Org.). **Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria. Krohling. (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul (SP): Difusão, 2011.

KUNSCH, Margarida Maria. Krohling.. Comunicação pública a serviço da sociedade e do cidadão. In: KUNSCH, Margarida Maria. Krohling. (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul (SP): Difusão, 2011, p. 13-19.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação organizacional estratégica: aportes conceituais e aplicados**. São Paulo: Summus, 2016.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling; MACHADO, Maria Aparecida de Andrade Moreira. (org.). **Políticas Públicas para o combate à fome**. São Paulo: Pró-Reitoria de Cultura e Extensão Universitária, 2021 (livro eletrônico). Disponível em: <https://prceu.usp.br/noticia/livropoliticascontraafome/>. Acesso em: 02 out. 2025.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação ciência-sociedade e sua relação com a fome, a insegurança alimentar e a desinformação. In: HUNGRIA, Mariangela (org). **Segurança alimentar e nutricional: o papel da ciência brasileira no combate à fome**. Rio de Janeiro: Academia Brasileira de Ciências. 2024. Disponível em: <https://www.abc.org.br/wp->

[content/uploads/2024/03/Seguranca-Alimentar-e-Nutricional-O-Papel-da-Ciencia-Brasileira-no-Combate-a-Fome-LIVRO-ABC-2024.pdf](#). Acesso em: 05 out. 2025.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação pública como fator estratégico na difusão da ciência para o combate e à insegurança alimentar e à fome. **JORNAL DA USP**. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/comunicacao-publica-como-fator-estrategico-na-difusao-da-ciencia-para-o-combate-a-inseguranca-alimentar-e-a-fome/>. Acesso em 06 out. 2025.

MATOS, Heloiza. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge (org.) **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2012.

MEDEIROS, Armando e CHIRNEV, Lilian (orgs). **Guia de comunicação pública**. Brasília: Associação Brasileira de Comunicação Pública, 2021.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. Brasil voltou a sair do Mapa da Fome. 14 ago. 2025. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/299851-artigo-brasil-voltou-sair-do-mapa-da-fome>. Acesso em, 05 out. 2025.

PACTO CONTRA A FOME. Website: <https://pactocontrafome.org/>. Disponível em: <https://www.instagram.com/pactocontrafome/>. Acesso em 04 out. 2025.

Rede PENSSAN (Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional) - Insegurança alimentar e Covid-19 no Brasil – VIGISAN – Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil, 2021. Disponível em: <https://pesquisassan.net.br/olheparaafome/>. Acesso em: 06 out. 2025.

Rede PENSSAN (Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional) - Insegurança alimentar e Covid-19 no Brasil – VIGISAN – 2º. Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil. 2022. Disponível em: <https://pesquisassan.net.br/2o-inquerito-nacional-sobre-inseguranca-alimentar-no-contexto-da-pandemia-da-covid-19-no-brasil/>. Acesso em: 06 out. 2025.

ROTHBERG, Danilo. (Re)conceituando a comunicação pública para enfrentar a desinformação. **ORGANICOM - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**, São Paulo, Brasil, v. 21, n. 45, p. 35–47, 2024. Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/224211>. Acesso em: 8 out. 2025.