

Comunicação estratégica na dimensão público-social: INCT Combate à Fome como protagonista para uma ciência cidadã¹

Simone Denise Gardinali Navacinsk²
Universidade de São Paulo - USP

Resumo

Apresentar o relato de pesquisa em desenvolvimento “Comunicação estratégica na dimensão público-social: INCT Combate à Fome como protagonista para uma ciência cidadã”, que tem como objetivo evidenciar a importância da comunicação estratégica para grandes questões como a defendida pelo INCT, voltada para a dimensão público-social, a fim de compartilhar e trazer reflexão sobre a concepção e implantação do plano estratégico de comunicação, direcionado pelas práticas das áreas de Comunicação Pública, Educomunicação, Difusão Científica e Publicidade e Consumo, como possibilidades para se atingir a ciência cidadã, que tem como pressuposto intercâmbio entre cidadãos, instituições e Universidades para promover democratização do conhecimento e qualidade de vida das pessoas. Como metodologia adotamos a análise de conteúdo de campanhas, políticas públicas, comunicações de marcas alimentícias, que estão em desenvolvimento, para trazer entendimento sobre a complexidade, dicotomias, possibilidades de enfrentamento em relação aos temas estudados pelo INCT.

Palavras-chave

fome e insegurança alimentar; comunicação estratégica; políticas públicas; interesse público; práticas da comunicação.

Introdução

A insegurança alimentar e a fome, a crise climática, a produção sustentável, políticas públicas são crises que se sobrepõem na sociedade brasileira e global.

Os processos de produção sustentável, a conservação da água, as agroflorestas, entre outros aspectos abordados nos cinco eixos que estruturam o INCT Combate à Fome, constituem-se uma oportunidade na busca por soluções sustentáveis e justas para combater a fome, a desnutrição e a insegurança alimentar no Brasil. A comunicação tem potencial para, de forma estratégica, promover a difusão e a divulgação de ciência, inovação e tecnologias em torno dos sistemas alimentares, geradas nos centros de

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação e Práticas Profissionais – GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-doutoranda pelo IEA/USP do INCT/CNPQ Combate à Fome – Estratégias e políticas públicas para a realização do direito humano à alimentação adequada (2022-2027) – Membro do Eixo Comunicação - Orientação: Profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch; Pós-doutorado pelo Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo – IEA/USP – Orientação: 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.

investigação relacionados às questões de insegurança alimentar, desnutrição e fome no Brasil, bem como promover o debate para a criação e divulgação de políticas públicas embasadas em ciência. Precisa, ao mesmo tempo, popularizar a ciência para a melhoria da qualidade de vida das pessoas, diminuição das desigualdades, e abrir espaços de cocriação de soluções com a sociedade, considerando e reconhecendo também o conhecimento tradicional e ancestral das comunidades.

Estes são os enfoques deste projeto de pesquisa, que busca a dimensão social, humana e cultural da comunicação estratégica para sensibilizar e engajar os diversos públicos em dinâmicas éticas, comprometidas e criativas, atuando em redes interinstitucionais e priorizando a interdisciplinaridade.

Defendemos que a comunicação estratégica integrada poderá trazer contribuições para uma nova consciência da sociedade, dos poderes públicos, das empresas e instituições em questões tão complexas e inversas como insegurança alimentar, desnutrição, fome, obesidade, sistemas alimentares, produção sustentável, políticas públicas, promovendo educação alimentar, qualidade de vida e combate à desigualdade social.

Metodologia

A escolha da metodologia sempre dependerá, da natureza do objeto de pesquisa e de seus objetivos. A opção metodológica é realizar um estudo qualitativo, que permita acessar o nível subjetivo e relacional da realidade social (MINAYO, 2013). Entre inúmeros métodos, a Análise de Conteúdo se configura como determinante opção para analisar dados referentes às comunicações, a fim de compreendermos significados e sentidos das mensagens disponíveis para interpretação.

Segundo Laurence Bardin, a análise de conteúdo pode ser definida como:

Conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção dessas mensagens (BARDIN, 2016, p.48).

Diante desta perspectiva, acredita-se que a escolha deste método poderá oferecer sustentação teórica e também técnica para cumprimento dos objetivos específicos, que estão sendo desenvolvidos em três etapas:

1-Análise de conteúdo de campanhas e ações comunicacionais, veiculadas e desenvolvidas pelo Governo Federal e seus Ministérios, em torno dos eixos que compõem o INCT (2023-2025);

2-Análise de conteúdo de políticas públicas, ações, programas que a partir de 2023 vêm sendo retomadas pelo Governo Federal e seus Ministérios (2023-2025);

3-Análise de conteúdo de comunicações de marcas de empresas alimentícias para avaliação e medição do estado da arte dos conteúdos veiculados, novas práticas de consumo alimentar, conceitos de inovação responsável e sustentável, a fim de trazer entendimento sobre a complexidade e dicotomias presentes no Brasil em relação ao consumo alimentar a partir das marcas.

Pretende-se com essas pesquisas, atreladas aos temas estudados pelos eixos do INCT Combate à Fome, balizar estratégias de Comunicação que estão sendo implantadas, e ações de letramento e pedagogia do consumo alimentar em parceria com escolas e empresas promotoras de valores alimentares coerentes com o projeto.

Contextualização

O projeto INCT Combate à Fome³ é ímpar no que diz respeito à sua relevância social, ao colocar à tona um problema central 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, que demandam visão multi e transdisciplinar para serem compreendidas e ultrapassadas pelo imprescindível trabalho da Ciência.

Considera que a fome é um problema complexo, que não é natural nem aceitável, com caráter estrutural e multicausal, tem natureza política e econômica e impactos diretos sobre a vida social. A insegurança alimentar tem conexão com todos os estágios de

³ Nome completo do Projeto: Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia 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 (site <https://www.fsp.usp.br/inct-combate-a-fome/>). - Projeto aprovado pela chamada CNPq no. 58/2022 – Programa Institutos Nacionais de Ciência e Tecnologia (INCT), com vigência de cinco anos, entre 2022 e 2027).

atividades dos sistemas alimentares, que necessitam de soluções sustentáveis e justas (INCT, 2025).

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.

Segundo inquéritos desenvolvidos pela Rede PENSSAN (2021 apud CAMPELLO, 2025) em dezembro de 2020, no Brasil, 55,2% da população estava em situação de insegurança alimentar, e dentre esses, 19 milhões enfrentavam a fome como desafio ⁴. 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.⁵

Em 2023, segundo a 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, 2025).

A proposta do INCT está sedimentada na ideia de sistemas alimentares sustentáveis e no princípio do Direito Humano à Alimentação Adequada (DHAA), assumindo o conceito de Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) no Brasil, definido pela Lei Orgânica de Segurança Alimentar e Nutricional (LOSAN) em 2006: realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo

⁴ **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: 13 jun. 2025.

⁵ **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, Disponível em: <https://pesquisassan.net.br/2o-inquerito-nacional-sobre-inseguranca-alimentar-no-contexto-da-pandemia-da-covid-19-no-brasil/>. Acesso em: 13 jun. 2025.

como base práticas alimentares promotoras de saúde, que respeitem a diversidade cultural e que sejam social, econômica e ambientalmente sustentáveis ⁶ (INCT,2025).

Diante de temática tão complexa, o Instituto está estabelecido a partir de cinco eixos de pesquisa: Saúde e Nutrição, Inteligência Artificial, Políticas Públicas, Cadeias de Valor e Comunicação, em uma abordagem multi e transdisciplinar.

A Comunicação como fator estratégico na dimensão público-social

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).

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.

A necessidade de Comunicação em uma dinâmica dialógica exige 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).

⁶ A opção de abordagem de sistemas alimentares sustentáveis fundamenta-se no reconhecimento de que o DHAA é fundamental e inseparável da justiça social, que está contemplado na Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), com definição ampliada em outros dispositivos do Direito Internacional (Exemplo: Pacto de Direitos Econômicos, Sociais e Culturais) (INCT, 2025).

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, intencional, estruturado por políticas, estratégias, visão de mundo e princípios.

Desta forma, diante da relevância dos trabalhos e da proposta do INCT Combate à Fome, a partir de 2023 está sendo desenvolvido um plano estratégico de comunicação organizacional integrada, em permanente atualização, alinhado às necessidades prementes de interação, diálogo, debate, difusão, educação, com o objetivo de promover uma ciência cidadã inclusiva, capaz de impulsionar a obtenção de resultados efetivos para os objetivos propostos pelo INCT.

Defende-se, em uma perspectiva de comunicação organizacional estratégica⁷, uma integração sinérgica, das várias subáreas da Comunicação, e suas práxis, a fim de que sejam concretizados os objetivos de promover o diálogo e o debate entre diferentes atores sociais, com a perspectiva de promover transformação social. Desta forma, o plano defende a comunicação pública como estratégica para o alcance dos objetivos traçados, bem como da difusão e divulgação científicas, e também práticas da área de Educomunicação para democratização do conhecimento. O plano também prevê utilizar estudos e aplicações da área de Publicidade e Consumo, para conscientização de novos padrões de consumo e segurança alimentar e nutricional, produção sustentável, sistemas alimentares sustentáveis, inovação e tecnologias, políticas públicas que possam defender a justiça social para a promoção de qualidade de vida e diminuição das desigualdades sociais, temas defendidos pelos cinco eixos do INCT.

A Comunicação Pública para o interesse público e para o bem-estar público-social

⁷ Áreas que compõem a comunicação organizacional integrada - Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Jornalismo; Publicidade e Propaganda; Comunicação audiovisual; Comunicação digital; Comunicação multimídia.

As organizações e instituições cada vez mais devem assumir a sua missão central de produzir e promover o bem-estar público-social, 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.

A ciência que vem sendo produzida em vários campos do saber, tratando desses temas, precisa chegar à população, com vistas à sua saúde e à melhoria da qualidade de vida, e aos órgãos decisores das políticas públicas nessa direção. A prática de uma comunicação pública estratégica e eficaz é um dos caminhos viáveis (KUNSCH, 2024).

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

Ela é também estímulo a uma democracia participativa, onde o cidadão é um agente ativo no processo comunicativo (DUARTE, 2024).

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 entre os diversos atores sociais e para disseminar os múltiplos aspectos que estão em torno desta questão que atinge o interesse público-social. Para ampliação do debate e incidência política, pretendemos desenvolver um plano de *advocacy*⁸, a fim de que as novas propostas de políticas públicas (ou a revisão ou ampliação delas) possam ser discutidas em rede e efetivamente implantadas em torno das questões centrais que regem o INCT Combate à Fome.

Vemos no INCT, um espaço público e uma oportunidade de protagonismo para alavancar debates e deliberações que possam trazer qualidade de vida, redução de desigualdades e desenvolvimento.

A Difusão e Divulgação Científicas para a Ciência Cidadã

⁸ Jaramillo López (2011) defende o conceito de *advocacy*, termo inglês que propõe “defender uma causa”, como “promover políticas”. *Advocacy*, segundo ele, é uma ação de comunicação e de comunicação pública.

Está prevista nesta proposta a defesa da importância da subárea de Jornalismo voltada à Difusão e Divulgação Científicas, como empreendimento essencial para uma difusão científica sistematizada e permanente, capaz de promover uma ciência cidadã, referente aos novos conhecimentos gerados por meio do INCT Combate à Fome, que necessitam serem democratizados e contribuir para transformações sociais, qualidade de vida, diminuição de desigualdades e dicotomias existentes.

Para tanto, os parâmetros da práxis da comunicação midiática, como campo de pesquisa voltado para a difusão científica, marcado pela interdisciplinaridade e transdisciplinaridade, trabalhará com conceitos e linguagens do jornalismo científico, da educação científica, do conteúdo e da linguagem, dentro de epistemologias que envolvem a práxis da comunicação midiática.

A Educomunicação para a democratização do conhecimento

Outra subárea estratégica contemplada no Plano de Comunicação para o INCT, é a Educomunicação.

O locus da práxis educ comunicativa é a interface Comunicação/Educação como um campo transdisciplinar de diálogo, para garantir reflexões e ações voltadas à ampliação da capacidade de expressão, diálogo social para a cidadania, literacia midiática, de forma criativa e participativa, e protagonismo comunicativo dos sujeitos (ABPEDUCOM, 2023).

Vemos na Educomunicação, uma promessa promissora para o alcance de uma educação cidadã, que promova o diálogo, o debate, o intercâmbio, a vivência, e que de forma efetiva, possa trazer alteração dos quadros desconcertantes e complexos referentes aos temas trabalhados pelo INCT.

Publicidade e Consumo - a importância da Publicidade ligada à questão do consumo alimentar

Pretende-se através de estudos da subárea de Publicidade e Propaganda tentar entender o sujeito consumidor na comunicação e consumo. As lógicas midiáticas da publicidade e propaganda não se restringem a anúncios e comerciais que circulam em mídias tradicionais, mas também a uma escala ampla de processos de comunicação

institucionalizantes e de promoções de marcas de produtos e serviços, e instituições governamentais e não-governamentais, que também são marcas (TRINDADE; PEREZ RODRIGUES, 2023).

Através do estudo crítico acerca desta linha de pesquisa da área de Publicidade e Propaganda pretende-se analisar comunicações de marcas de empresas alimentícias para avaliação e medição do estado da arte dos conteúdos veiculados, de novas práticas de consumo alimentar, conceitos de inovação responsável e sustentável, a fim de trazer entendimento sobre a complexidade e dicotomias presentes no Brasil em relação ao consumo alimentar a partir das marcas.

Resultados alcançados até o momento

Como um dos resultados principais do projeto de pesquisa ora proposto, desenvolvemos um plano estratégico de comunicação organizacional integrada durante os anos de 2023 e 2024, em permanente atualização, que procura atender aos objetivos gerais e específicos dos cinco eixos que compõem o INCT Combate à Fome, em sua abordagem multi e transdisciplinar para o período 2023 a 2027.

Durante os anos de 2023 e 2024, em paralelo à construção do plano estratégico, desenvolvemos e implantamos a primeira fase do planejamento voltada à Comunicação Institucional do INCT⁹, a fim de que o mesmo pudesse ser reconhecido em nível interno e externo, e também para que os temas centrais defendidos pudessem ser divulgados e difundidos e posteriormente discutidos pela sociedade civil e demais públicos de interesse. Também realizamos a implantação de ações de comunicação com o objetivo de disseminação e acesso a públicos de interesse para o desenvolvimento das pesquisas e projetos dos cinco eixos que constituem o INCT Combate à Fome, tais como eventos¹⁰, divulgação científica¹¹, constituição de parcerias, e como prioridade o mapeamento dos públicos de interesse do INCT etc.

Em 2024, iniciamos a implantação das ações estratégicas de Comunicação, previstas no plano, bem como a realização de pesquisas e projetos referentes aos objetivos

⁹ Site, Redes Sociais, Eventos, Difusão e Divulgação Científicas, Mapeamento de Públicos, Planejamento de parcerias etc.

¹⁰ https://www.fsp.usp.br/inct-combate-a-fome/?page_id=1649

¹¹ <https://jornal.usp.br/radio-usp/pensar-estrategias-para-melhorar-a-seguranca-alimentar-no-pais/>

e metas propostos no Projeto INCT/CNPq – Eixo Comunicação, voltados para as práticas de Educomunicação, Difusão e Divulgação Científicas, Comunicação Pública, Publicidade e Consumo, a fim de compreendermos os fenômenos sociais a partir da perspectiva dos próprios participantes, através de interação direta, com o objetivo de coletar dados, observáveis e também subjetivos, e também como possibilidades de comunicação dialógica.

Estas pesquisas e ações têm sido apresentadas em forma de artigos, capítulos de livros em uma retroalimentação de conhecimentos e debates para o desenvolvimento de novas estratégias, pesquisas e projetos propostos.

Acreditamos que a partir destas ações iniciais já realizadas e de todas as estratégias de comunicação e de pesquisa traçadas, promoveremos um esforço de comunicação dialógica constante com todos os atores envolvidos no projeto INCT Combate à Fome.

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.

Destacamos a importância do Eixo Comunicação, que foi concebido desde o início da vigência do projeto INCT como transversal, dialogando e planejando com os cinco eixos do INCT, pesquisas, projetos e ações de Comunicação para a Ciência Cidadã.

Por outro lado, enxergamos que os processos implantados pela comunicação institucional, educomunicação, comunicação pública, difusão e divulgação científicas para uma ciência cidadã, publicidade e consumo no decorrer dos anos venham se intensificando, com possibilidades concretas de construção de redes, debates, parcerias para efetivamente superarmos lacunas, “*gaps*” 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 tema central do INCT, Combate à Fome, à Insegurança Alimentar, à desigualdade e promoção de justiça social.

Referências

ABPEDUCOM – Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação. Disponível em: <https://abpeducom.org.br/abpeducom/quem-somos/>. Acesso em: 10 jun. 2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 1977; 2016. (Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro)

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/livropoliticascontraafome/>. Acesso em: 13 jun. 2025.

DUARTE, Jorge. Dossiê 45: Comunicação pública e cidadania. *In*: Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. São Paulo: ECA-USP, v.21, n.45, mai/ago. 2024.

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**. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2102084> . Acesso em 12 jun. 2025.

INCT Combate à Fome. Disponível em: <https://www.fsp.usp.br/inct-combate-a-fome/>. Acesso em: 10 jun. 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.

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

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

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: 10 jun. 2025.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, 2013.

TRINDADE, Eneus; PEREZ RODRIGUES, Maria Clotilde. O consumidor entre mediações e midiatisação. *In*: **Revista Famecos**. Porto Alegre, Vol. 26, N. 2, Mai-Ago 2019. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/32066/19273>. Acesso em: 10 jun. 2025.