

Aviso: [2026-04-06 08:12] este documento é uma impressão do portal Ciência_Iscte e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência_Iscte nessa data.

Sandra Godinho

Professora Auxiliar Convidada

CIS-Iscte - Centro de Investigação e Intervenção Social
Departamento de Psicologia (ECSH)



Contactos

E-mail

Sandra.Godinho@iscte-iul.pt

Qualificações Académicas

| Universidade/Instituição | Tipo | Curso | Período |
|---|---------------|--------------------------------------|---------|
| ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa | Doutoramento | Psicologia Aplicada | 2019 |
| ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa | Mestrado | Psicologia | 2013 |
| GIEM - ISCTE | Pós-graduação | Marketing de Serviços | 2006 |
| ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa | Licenciatura | Psicologia Social e das Organizações | 2003 |

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

| Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Estado | Instituição |
|-------------------|---------------|--------|--------|-------------|
|-------------------|---------------|--------|--------|-------------|

| | | | | | |
|---|----------------------------|--|----|----------|-------|
| 1 | Jacinta Fernandes Melim | O Papel das Normas Sociais Descritivas e Injuntivas na Intenção de Consumo de Bebidas Alcoólicas: Um Estudo Experimental | -- | Em curso | Iscte |
| 2 | Bárbara Marques Reis | Determinantes Motivacionais nas Escolhas de Consumo Feminino: O Papel da Atração e Retenção de Parceiro | -- | Em curso | Iscte |
| 3 | Beatriz Valente de Almeida | "Em cor-de-rosa por favor": a disposição das mulheres para pagar mais por produtos com Pink Tax segundo a perspetiva evolucionista | -- | Em curso | Iscte |

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|---|--|--|-----------|-------------|------------------|
| 1 | Cátia Filipa Marques Soares | Green is the new black: O efeito do rótulo sustentável na intenção de compra de artigos de roupa sustentáveis, em diferentes perfis do consumidor. | Português | Iscte | 2026 |
| 2 | Beatriz Olivença Abrantes | "Nem tudo o que brilha atrai: O Papel do Consumo Conspícuo na Atratividade de Potenciais Parceiros Românticos" | Português | Iscte | 2025 |
| 3 | Eliana Guerra Ralo | O Efeito de Greenguard: O impacto de reviews negativas na intenção de compra | Português | Iscte | 2025 |
| 4 | Beatriz Santos Branco | Nudging para melhorar hábitos alimentares: Impacto de diferentes pistas visuais para redução da porção de sobremesas | Português | Iscte | 2025 |
| 5 | Ana Catarina de Carvalho e Cunha | Memória Adaptativa na Escolha de Parceiros Românticos: O Papel do Consumo de Luxo na Desejabilidade para Relacionamentos a Longo Prazo | Português | Iscte | 2024 |
| 6 | Sara Maria Rodrigues Rosa Pereira Dias | O papel dos comportamentos de compra sustentáveis na escolha de parceiros a longo prazo: Um estudo sobre desejabilidade e memória adaptativa. | Português | Iscte | 2024 |
| 7 | Fernanda Simone Sousa Pereira | Eco-amor: O comportamento eco-friendly como fator na atração romântica | Português | Iscte | 2024 |

| | | | | | |
|---|---------------------------------|---|-----------|-------|------|
| 8 | Joana Catarina Grazina Alves | Estratégias Maximizadoras na Decisão de Compra e Preferência por Produtos Sustentáveis: O Papel Mediador do Pensamento Orientado para o Futuro | Português | Iscte | 2024 |
|---|---------------------------------|---|-----------|-------|------|

Total de Citações

| | |
|-----------------|-----|
| Web of Science® | 150 |
| Scopus | 183 |

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

| | |
|---|---|
| 1 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2025). Social representations, emotions, and behaviors toward marine animals: An exploratory study. <i>Anthrozoös</i> . 38 (2), 253-271 - N.º de citações Google Scholar: 1 |
| 2 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2025). Shifting social representations of orcas: Content and prototypical analysis. <i>Environmental Communication</i> . 19 (4), 582-597 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 2 |
| 3 | Garrido, M. V. & Godinho, S. (2023). The influence of consonant wanderings and facial expressions in warmth and competence judgments. <i>Cognition and Emotion</i> . 37 (7), 1272-1280 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 1 |
| 4 | Garrido, M. V. & Godinho, S. (2021). When vowels make us smile: The influence of articulatory feedback in judgments of warmth and competence. <i>Cognition and Emotion</i> . 35 (5), 837-843 - N.º de citações Web of Science®: 16 - N.º de citações Scopus: 13 - N.º de citações Google Scholar: 16 |
| 5 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2021). The in-out effect: examining the role of perceptual fluency in the preference for words with inward-wandering consonantal articulation. <i>Psychological Research</i> . 85 (1), 112-120 - N.º de citações Web of Science®: 15 - N.º de citações Scopus: 13 - N.º de citações Google Scholar: 22 |
| 6 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2020). The “ins” and “outs” of product and services marketing: The influence of consonant wanderings in consumer decision-making. <i>Psychology and Marketing</i> . 37 (10), 1352-1361 - N.º de citações Web of Science®: 11 - N.º de citações Scopus: 10 - N.º de citações Google Scholar: 2 |

| | |
|----|--|
| 7 | <p>Godinho, S., Garrido, M. V. & Horchak, O. V. (2019). Oral approach avoidance. <i>Experimental Psychology</i>. 66 (5), 355-360</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 14</p> <p>- N.º de citações Scopus: 13</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 21</p> |
| 8 | <p>Godinho, S., Garrido, M. V., Zurn, M. & Topolinski, S. (2019). Oral kinematics: examining the role of edibility and valence in the in-out effect. <i>Cognition and Emotion</i>. 33 (5), 1094-1098</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 13</p> <p>- N.º de citações Scopus: 12</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 23</p> |
| 9 | <p>Garrido, M. V., Godinho, S. & Semin, G. R. (2019). The “ins” and “outs” of person perception: the influence of consonant wanderings in judgments of warmth and competence. <i>Journal of Experimental Social Psychology</i>. 82, 1-5</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 27</p> <p>- N.º de citações Scopus: 23</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 36</p> |
| 10 | <p>Godinho, S. & Garrido, M. V. (2017). Branding with the in-out effect: the impact of consonantal articulation on brand evaluation. <i>Psychology and Marketing</i>. 34 (9), 904-911</p> <p>- N.º de citações Scopus: 13</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 24</p> |
| 11 | <p>Godinho, S., Prada, M. & Garrido, M. V. (2016). Under pressure: an integrative perspective of time pressure impact on consumer decision-making. <i>Journal of International Consumer Marketing</i>. 28 (4), 251-273</p> <p>- N.º de citações Scopus: 47</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 97</p> |
| 12 | <p>Godinho, S & Garrido, M. V. (2016). Oral approach-avoidance: a replication and extension for European Portuguese phonation. <i>European Journal of Social Psychology</i>. 46 (2), 260-264</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 37</p> <p>- N.º de citações Scopus: 36</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 54</p> |

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

| | |
|---|--|
| 1 | <p>Godinho, S., Calheiros, M. M., Garrido, M. V., Ferreira, M., Graça, J. & Sarroeira, A. (2022). A COVID-19 e a sociedade portuguesa: avaliação, estratégias e políticas públicas baseadas na resiliência para responder ao risco sistémico da COVID-19. In Nuno Monteiro, Carlos Jalali (Ed.), <i>Um novo normal?: impactos e lições de dois anos de pandemia em Portugal</i>. (pp. 111-173). Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 2</p> |
|---|--|

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Comunicação em evento científico

| | |
|---|---|
| 1 | <p>Godinho, S. & Garrido, M. V. (2025). Memória adaptativa: O consumo sustentável como fator de atração interpessoal. XII Simpósio Nacional de Investigação em Psicologia.</p> |
| 2 | <p>Godinho, S., Santos S. & Garrido, M. V. (2025). Porque os idosos plantam árvores à sombra das quais nunca se sentarão? Orientação para as gerações futuras e legado pessoal como motivações para o comportamento sustentável. Encontro Ciência 2025.</p> |

| | |
|----|---|
| 3 | Ormerod, N., Cruz, A. R. & Godinho, S. (2024). Supporting future tourism development: A multi-perspective research overview from the Algarve, Portugal. THRIC 2024: Tourism and Hospitality Research in Ireland Conference. |
| 4 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2023). Oral approach avoidance: O impacto do efeito in-out na perceção de utilizadores online. 17o ENCONTRO NACIONAL APPE. |
| 5 | Garrido, M. V. & Godinho, S. (2019). The role of articulatory activity in person perception. X Simpósio Nacional de Investigação em Psicologia. |
| 6 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2019). Oral kinematics: Manipulating consonant and vowels to name brands. International Convention of Psychological Science. |
| 7 | Garrido, M. V., Godinho, S. & Semin, G. R. (2018). Embodied social cognition: The influence of consonant wanderings in judgments of warmth and competence. 20th ESCON Transfer of Knowledge Conference . |
| 8 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2017). The ins and outs of person perception. The influence of consonant wanderings in judgments of warmth and competence. APS Annual Convention . |
| 9 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2017). Branding with the in-out effect: The impact of consonantal articulation on brand evaluation. ICPS International Convention of Psychological Science . - N.º de citações Web of Science®: 14 |
| 10 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2016). Oral approach avoidance: O impacto do efeito in-out na avaliação de marcas. 9º Simpósio Nacional de Investigação em Psicologia. |
| 11 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2016). Oral approach avoidance. 11º Encontro da Associação Portuguesa de Psicologia Experimental. |
| 12 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2016). Branding with the In-out effect: The impact of consonantal articulation on brand evaluation. European Social Cognition Network Conference. |
| 13 | Godinho, S., Prada, M. & Garrido, M. V. (2016). Under pressure: An integrative perspective of time pressure impact on consumer decision-making. XII Encontro Nacional de Investigação em Psicologia Social e das Organizações. |
| 14 | Godinho, S., Prada, M. & Garrido, M. V. (2014). Compre Já: Uma abordagem integradora ao efeito da pressão de tempo no processo de decisão de compra. 9º Encontro da Associação Portuguesa de Psicologia Experimental. |
| 15 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2014). Cognição corporizada: Conceitos e metáforas para categorias, produtos e marcas. XIX PhD Meeting in Psychology. |

• Outras Publicações

- Relatório

| | |
|---|--|
| 1 | Godinho, S. & Garrido, M. V. (2025). Taking action for future generations: Pro-environmental behaviors in an aging population. |
|---|--|

Projetos de Investigação

| Título do Projeto | Papel no Projeto | Parceiros | Período |
|---|-------------------------|-------------------------|----------------|
| Agir para as gerações futuras: Comportamentos pró-ambientais numa população envelhecida | Coordenadora Global | CIS-Iscte (BEC) - Líder | 2024 - 2025 |
| Impulsos, incentivos e truques ecológicos: uma abordagem experimental com base psicológica para promover comportamentos pró-ambientais. | Coordenadora Global | CIS-Iscte (BEC) - Líder | 2022 - 2028 |