

Aviso: [2026-04-14 12:53] 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.

Hadassa Oliveira

Investigadora Associada

CIES-Iscte - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia



Contactos

E-mail

Hadassa_Oliveira@iscte-iul.pt

Currículo

Hadassa Oliveira é doutorada em Ciências da Comunicação (CIES-ISCTE-IUL), com especialização em género e media, publicidade e marketing, onde desenvolve investigação multidisciplinar sobre as representações socioculturais de género nos media contemporâneos. Atualmente é investigadora integrada no LIACOM-ESCS-IPL e investigadora associada no CIES-ISCTE-IUL. Tem experiência no ensino superior, aliada a expertise em gestão e divulgação científica, bem como um percurso profissional consolidado em comunicação e marketing digital. Trabalhou em agência de publicidade na criação, planeamento e análise estratégica de conteúdos para plataformas digitais, bem como na monitorização de meios pagos e marketing digital em contextos internacionais. Possui ainda competências técnicas em ferramentas de criação e análise de dados, o que fundamenta uma prática pedagógica que integra pensamento crítico, fundamentos teóricos e aplicação prática nas áreas da comunicação, marketing e media digitais.

Áreas de Investigação

Ciências da Comunicação

Publicidade e Marketing

Género e Representação nos Média

Estudos sobre as Mulheres

Estudos de Género

Estudos sobre a Cultura da Beleza

Estudos sobre o Corpo e a Sociedade
Responsabilidade Social da Comunicação
Diversidade e Inclusão
Igualdade de Género
Estudos dos Média
Ética Publicitária
Redes Sociais Online

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia	Doutoramento	Doutoramento em Ciências da Comunicação	2025
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa - Escola de Sociologia e Políticas Públicas	Mestrado	Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação	2019
Instituto de Graduação e Pós-Graduação - IPOG-Goiás	Curso de Especialização Técnica	MBA em Comunicação Empresarial e Gestão do Conteúdo Transmídia	2017
Pontifícia Universidade Católica de Goiás	Bacharelato	Bacharelato em Publicidade e Propaganda	2014

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Costa, B. F., Oliveira, H. & Góis, M. P. (2025). "Histórias que nos unem": análise da retórica nas campanhas publicitárias da Disney. <i>Signos Do Consumo</i> . 17 (2)
2	Oliveira, H., Oltramari, A. P., Alemão, E., Chabloz, A. B. & Anselmo, S. (2023). PANDEMIA DA COVID-19 E IGUALDADE DE GÊNERO EM LISBOA: QUAL O IMPACTO PARA AS MULHERES NO MUNDO LABORAL?. <i>Emblemas - Revista do Departamento de História e Ciências Sociais</i> . 20 (1), 8-20
3	Oliveira, H. & Veríssimo, J. (2022). A RELAÇÃO "PANDEMIA" E "CUIDADOS COM A BELEZA": UMA REFLEXÃO SOBRE O COMENTÁRIO DA JORNALISTA AINSLEY EARHARDT NO PROGRAMA "FOX & FRIENDS" E SUA REPERCUSSÃO NA OPINIÃO PÚBLICA. <i>Revista Docência e Cibercultura</i> . 6 (2), 102-116
4	Oliveira, H. (2022). A ABORDAGEM DA EXPRESSÃO "BELEZA FEMININA" NA INTERNET: UMA ANÁLISE MULTIMÉDIA A PARTIR DE SOFTWARES DE IMAGEM. <i>Emblemas - Revista do Departamento de História e Ciências Sociais</i> . 19 (2), 23-36

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Duarte, A., Oliveira, H. & Leandro, A. (2026). From Information to Participation: Social Media Engagement Strategies in 2026 Portuguese Presidential Race. In Javier, Sierra (Ed.), Classical Legacy and Contemporary Challenges: A Multidisciplinary Approach to Education, Communication, and Law. (pp. 379-397). Madrid: Editorial Grupo Compás.
2	Oliveira, H. & Sanches, R. (2025). Beleza para consumo: Estereótipos midiáticos na publicidade sobre corpo feminino, pressão estética e responsabilidade social no Brasil e Portugal. In Rosana Maria Nogueira, Rodrigo Daniel Sanches, Osvaldinete Lopes de Oliveira Silva, Marli Brasioli, Welliton Donizeti Pupolin (Ed.), Nutrição sem estereótipos. (pp. 233-259). São Paulo: Paralaxis.
3	Oliveira, H. (2024). REPRESENTAÇÕES DA BELEZA FEMININA E REGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA EM PERSPECTIVA: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE BRASIL E PORTUGAL. In Gênero, história e literatura. (pp. 469-493). Porto Alegre: Editora Fundação Fênix.
4	Maia, J. V., Oliveira, H. & Cabral, M. (2024). Capítulo 6. Discursos sobre o preservativo em Portugal: Uma breve análise de publicações no Instagram do Serviço Nacional de Saúde e das marcas Control e Durex. In Mariana Anginho Évora, Dulce Morgado Neves, Elsa Pegado, Mário JDS Santos, Pía Rodríguez Garrido, Sónia Pintassilgo, Violeta Alarcão (orgs.) (Ed.), Cairo-Lisboa 2024: Três décadas de direitos e saúde sexual e reprodutiva em debate. (pp. 47). CIES: Instituto Universitario de Lisboa (ISCTE-IUL).

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Oliveira, H. (2023). Social Responsibility of Advertising and Female Beauty: A Document Analysis of Laws and Regulations in Brazil and Portugal. In Proceedings of The Global Conference on Women's Studies. (pp. 26-38). Dublin: Diamond Scientific Publishing.
2	Oliveira, H., Ferreira, A. R. & Morete, M. (2015). RESPONSABILIDADE SOCIAL DA COMUNICAÇÃO NOS COMERCIAIS DE ALIMENTOS VOLTADOS AO PÚBLICO INFANTIL. In Eneus Trindade; Clotilde Perez; Livia Souza (Ed.), VI Pró-Pesq PP Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. (pp. 1512-1519). São Paulo

• Outras Publicações

- Dissertação de Mestrado

1	Oliveira, H. (2019). A imagem da beleza feminina no Brasil e em Portugal: Um estudo de caso das campanhas Primavera/Verão 2018 das páginas do Facebook da marca C&A: Diferenças, estereótipos e representações. 1-102
---	---

- Tese de Doutorado

1	Oliveira, H. (2025). Beleza feminina, representatividade e a quarta onda feminista: Uma análise comparativa entre campanhas publicitárias brasileiras e portuguesas de marcas modistas e produtos/serviços cosméticos. 1-428
---	--

- Relatório

1	Basílio de Simões, Rita, Ribeiro, J. N. C. , Lamartine, C., Cabral, M. & Oliveira, H. (2026). Global Media Monitoring Project (GMMP 2025): Relatório Nacional - Portugal.
---	---

Associações Profissionais

Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres - APEM (Desde 2026)
Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (Desde 2026)

Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Membro de comissão organizadora de evento científico	I Conferência LIACOM: "A (In)Sustentabilidade dos Média"	LIACOM-ESCS-IPL	2025
Membro de comissão científica de evento científico	I Conferência Ibero-Americana de Publicidade 2025	Grupo de Trabalho de Publicidade da SOPCOM; ICNOVA; LIACOM-ESCS	2025
Membro de comissão organizadora de evento científico	I Conferência Ibero-Americana de Publicidade 2025	Grupo de Trabalho de Publicidade da SOPCOM; ICNOVA; LIACOM-ESCS	2025